

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* PADA PRODUK IB MULTIGUNA
BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

Dila Apriliani

1705015039

**JURUSAN D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2020

H. Khoirul Anwar, M. Ag

Jl. Bukit Barisan D5 No.2 Permata Puri

Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks
Hal : Naskah Tugas Akhir
An. Dila Apriliani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudara:

Nama : Dila Apriliani

NIM : 1705015039

Judul : **Implementasi *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna Bank
Jateng**

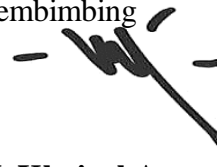
Syariah KCPS Semarang Barat

Mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing



H. Khoirul Anwar, M. Ag

NIP. 19690420 199603 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah Tugas Akhir berikut ini:

Judul : **Implementasi *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna Bank Jateng
Syariah KCPS Semarang Barat**

Nama : Dila Apriliani

NIM : 1705015039

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang dinyatakan lulus pada predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal:

11 Juni 2020

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun
akademik 2019/2020.

Semarang, 11 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

H. Johan Arifin, S. Ag., M.M
NIP. 19710908 200212 1 001

Sekretaris Sidang

H. Khoirul Anwar, M. Ag
NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji I

Drs. H. Hasvim Syarbani, M.M
NIP. 19570913 198203 1 002



Penguji II

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag
NIP. 19690830 199403 2 003

Pembimbing

H. Khoirul Anwar, M. Ag
NIP. 19690420 199603 1 002

MOTTO

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: “...*Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...*”

Q.S. Al-Baqarah: 275

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta karunia-Nya membuat peneliti dapat menyelesaikan naskah Tugas Akhir. Segala syukur peneliti panjatkan kepadaMu Yaa Rabb, karena Engkau telah memberikaan orang-orang disekitar penulis selalu memberi bantuan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyampaikan terimakasih untuk seluruh pihak yang telah memberi bantuan, memberi semangat dan doa, serta membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir. Maka penulis persembahkan Tugas Akhir yang penulis buat kepada:

1. Orangtua saya (Bapak Samyudi dan Ibu Umiyati) yang telah memberikan seluruh kasih sayangnnya kepada penulis, dukungan dalam bentuk materi dan moril, serta doa yang tak pernah henti demi masa depan penulis.
2. Adikku Agustina Rahmawati yang selalu memberikan hiburan dan keceriaan kepada penulis.
3. Fikri Sanidya Wiratama yang selalu memberikan semangat, keceriaan, serta bantuan saat proses penyelesaian Tugas Akhir.
4. Teman-teman hangatku (Devita, Wika, Titis, Dhea, Muna, Fitri, Hilwa) yang selalu memberikan keceriaan dan dukungan ketika ketika kuliah hingga menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Teman-teman D3 Perbankan Syariah 2017 terutama kelas PBSB yang telah memberikan keceriaan selama tiga tahun dalam menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang.
6. Kepada karyawan Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat (Pak Seno, Pak Ellam, Pak Gayuh, Mbak Devi, Mbak Nissa, Mbak Putri, Mbak Diva, Pak Maman) yang telah memberikan banyak informasi yang dibutuhkan dalam menyusun Tugas Akhir dan ilmu selama penulis melakukan praktek kerja lapangan.
7. Serta seluruh pihak yang sudah memberi bantuan dan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini berisi materi yang tidak pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 29 Mei 2020

Deklarator



Dila Apriliani

NIM. 1705015039

ABSTRAK

Pada dunia perbankan, kegiatan pemasaran sangat mempengaruhi terhadap banyaknya nasabah yang akan didapatkan oleh bank tersebut. *Marketing* atau dalam bahasa Indonesia disebut pemasaran sendiri menjadi hal yang paling penting dalam suatu bisnis bahkan perbankan sekalipun. Tanpa adanya pemasaran, tidak akan terjadi akad jual beli diantara nasabah dengan pihak bank. Penelitian yang dibuat bertujuan agar mengetahui implementasi *marketing mix* terhadap produk iB Multiguna pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat sehingga dapat menarik minat masyarakat. *Marketing mix* adalah suatu strategi yang terdiri dari beberapa unsur terpadu untuk memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Konsep dasar dari *marketing mix* sendiri adalah dengan memastikan semua komponen secara tepat.

Jenis dari penelitian pada Tugas Akhir adalah penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu sebuah penelitian dimana menggunakan latar belakang alami yang dimaksudkan untuk menerapkan terhadap fenomena yang sedang terjadi dengan melibatkan berbagai macam metode. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi.

Di Indonesia terdapat banyak bank syariah, salah satunya yaitu Bank Jateng Syariah. Bank Jateng Syariah termasuk dalam unit bisnis yang dibuat oleh PT. Bank Jateng untuk pemenuhan dalam kebutuhan barang dan jasa yang berbasis syariah di masyarakat. Bank Jateng Syariah sendiri memiliki banyak produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Salah satu produk di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat yang paling diminati masyarakat adalah produk iB Multiguna, dimana produk ini menggunakan akad murabahah dengan sistem jual beli atas barang yang diperbolehkan dalam Islam dimana pihak bank memberitahukan harga beli suatu barang kepada nasabah dengan mensyaratkan harga pembelian ditambah dengan margin sesuai dalam kesepakatan.

Hasil dari penelitian ini adalah seluruh komponen 7P dalam strategi *marketing mix* pada produk iB Multiguna telah diimplementasikan oleh Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, harga yang dapat bersaing dengan Bank Syariah lainnya, dan letak lokasi yang sudah strategis, promosi yang masih harus ditingkatkan dalam memasarkan produk iB Multiguna, dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa implementasi *marketing mix* pada produk iB Multiguna sudah sesuai dan tergolong baik sehingga mengalami peningkatan dalam jumlah nasabah.

Kata kunci: *marketing mix*, Bank Jateng Syariah, iB Multiguna

ABSTRACT

In the banking world, marketing activities greatly affect the number of customers that will be obtained by the bank. Marketing or in Indonesian is called marketing itself becomes the most important thing in a business even though banking. Without marketing, there will be no purchase and sale agreement between the customer and the bank. This purpose is to find out how the implementation marketing mix in iB Multipurpose products at Jateng Islamic Bank KCPS of West Semarang so as to attract interest of this community. Marketing mix is a strategy that consists of several integrated elements to market products consumers. The basic concept of the marketing mix itself is to ensure that all the components are correct.

The type of research conducted in that Final Project is qualitative research. Qualitative research is a study which uses a natural background that is intended to interpret the phenomenon that is happening by involving various methods. While the methods used in data collection are the method of observation, interviews, documentation.

In Indonesia there are many Islamic banks, one of which is the Jateng Islamic Bank. Jateng Islamic Bank included in the business unit created by PT. Bank of Central Java to meet the needs of sharia-based banking products and services in the community. Jateng Islamic Bank itself has many products offered to the public. One of the products in Jateng Islamic Bank KCPS of West Semarang that is most popular with the public is the Multipurpose iB product, where this product uses a murabahah contract with a system of buying and selling goods allowed in Islam where the bank states the purchase price of goods to customers by requiring the purchase price plus the purchase price plus appropriate margin in the agreement.

The results of this study are all 7P components in the marketing mix strategy on Multipurpose iB products have been implemented by Jateng Islamic Bank KCPS of West Semarang, prices that can compete with other Islamic Banks, and strategic locations, promotions that still need to be warned in marketing products iB Multipurpose, from this explanation can be concluded that the implementation of marketing mix on iB Multipurpose products is appropriate and classified as good so that it has increased in the number of customers.

Keywords: marketing mix, Jateng Islamic Bank, iB Multiguna

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta karunia-Nya yang membuat peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT”.

Tugas Akhir ini disusun guna pemenuhan dari syarat guna menyelesaikan pendidikan Diploma III pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Banyak sekali kendala dan tantangan yang didapatkan oleh penulis selama penyusunan Tugas Akhir. Saat penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti mendapat banyak sekali bantuan jugabimbingan termasuk dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, saya sebagai penulis menyampaikan ungkapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. A. Turmudi, S.H., M. Ag, selaku ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah.
4. Bapak H. Khoirul Anwar, M. Ag, selaku dosen pembimbing yang telah memeberikan bimbinganya serta berbagai masukan kepada penulis saat pengerjaan Tugas Akhir.
5. Ibu Sokhikhatul Mawadah, M.E.I, yang telah mengarahkan penulis dari kegiatan magang sampai terselesaikannya Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Segenap karyawan di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.
8. Orangtua dan keluarga yang senantiasa memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan dukungan finansial kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.

9. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungannya maupun bantuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Dalam setiap hal tsudah pasti ada kekurangan dan kelebihan. Penulis pun menyadari bahwa Tugas Akhir yang penulis buat jauh dari kata kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun diharapkan dalam menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi seluruh pembaca.

Semarang, 30 Maret 2020

Penulis,

Dila Apriliani

NIM. 1705015039

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Pemasaran.....	13
1. Pengertian Pemasaran.....	13
2. Tujuan Pemasaran Bank	14
3. Kepuasan Konsumen	15
B. Bauran Pemasaran	16
1. Pengertian Bauran Pemasaran	16
2. Komponen Bauran Pemasaran	17
C. Pembiayaan	22
1. Pengertian Pembiayaan	22
2. Unsur-unsur Pembiayaan.....	24
3. Fungsi Pembiayaan.....	24
4. Manfaat Pembiayaan	25
5. Analisis Pembiayaan	25
D. <i>Murabahah</i>	28
1. Pengertian <i>Murabahah</i>	28
2. Jenis-jenis Jual Beli	28
3. Penggunaan Akad <i>Murabahah</i>	29

4. Syarat <i>Murabahah</i>	30
5. Rukun <i>Murabahah</i>	30
6. Objek <i>Murabahah</i>	31
7. Dasar Hukum <i>Murabahah</i>	31
E. Pembiayaan iB Multiguna	32
1. Pengertian Pembiayaan iB Multiguna	32
2. Akad Pembiayaan.....	32
3. Syarat dan Ketentuan Pengajuan Pembiayaan	33
4. Ketentuan Pencairan dan Pembiayaan.....	33
5. Denda.....	34
6. Ketentuan Lain	34
BAB III : GAMBARAN UMUM BANK JATENG SYARIAH KCPS	
SEMARANG BARAT.....	35
A. Profil Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat	35
1. Sejarah Bank Jateng	35
2. Visi dan Misi Bank Jateng	37
3. Visi Misi Bank Jateng Syariah	38
4. Nilai-nilai Budaya Kerja Bank Jateng	38
B. Struktur Organisasi Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat	38
1. Struktur Organisasi	39
2. Uraian Tugas	40
C. Legalitas Usaha	42
D. Produk-produk Bank Jateng Syariah.....	43
1. Produk Penghimpunan Dana	43
2. Produk Pembiayaan	46
3. Produk Layanan.....	51
BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	51
A. Implementasi <i>Marketing Mix</i> pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat	51
B. Hambatan Penerapan <i>Marketing Mix</i> pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat	58
C. Solusi dari Hambatan dalam Penerapan <i>Marketing Mix</i> pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat	60
BAB V : PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61

B. Saran.....	62
C. Penutup.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYATHIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat pada negara maju maupun berkembang pasti membutuhkan bank untuk dilakukannya berbagai transaksi keuangan. Masyarakat telah beranggapan bank sebagai badan keuangan yang cukup aman ketika melakukan transaksi keuangan. Aktivitas yang sering dilakukan seperti aktivitas simpan dan salur dana. Mereka menganggap kalau aktivitas simpan dana di bank dianggap paling aman dan memperoleh keuntungan dari bunga. Sehingga uang mereka akan aman disimpan dalam jangka waktu yang lama. Selain hal itu, mereka juga beranggapan kalau aktivitas salur dana dianggap dapat membantu masyarakat yang sedang membutuhkan dana. Bisa dikatakan hal ini kedua belah pihak tersebut sama-sama mendapatkan keuntungan. Dahulu sebelum adanya bank, masyarakat biasanya menyimpan uangnya di rumah, diinvestasikan dengan membeli tanah, ataupun untuk membeli emas. Namun sekarang setelah adanya bank, masyarakat lebih memilih untuk menabung di bank karena dianggap lebih aman serta mendapatkan keuntungan. Kehadiran bank disini sangat membantu masyarakat dalam aktivitas simpan dan salur dana.

Pada negara maju sendiri, bank merupakan sebuah badan keuangan yang strategis maupun mempunyai peranan sangat penting didalam perkembangannya, kebutuhan masyarakat terhadap sebuah bank bukan hanya sebatas hanya pada menyimpan dana serta penyaluran beberapa dana saja, selain itu terhadap layanan jasa yang telah difasilitasi pihak bank tersebut. Bank dapat melakukan penghimpunan dana masyarakat. Bank menjadi lembaga yang sangat dipercaya oleh beberapa masyarakat dalam penempatan dana yang dimiliki secara aman. Disisi lain, sebuah bank memiliki peran dalam penyaluran dana kepada masyarakat yang memiliki kekurangan dana. Masyarakat bisa mendapatkan pinjaman dari bank secara langsung, apabila ia mampu dalam memenuhi beberapa syarat yang diajukan pihak bank kepada nasabah. Bank memiliki dua sisi dalam melaksanakan

perannya, yaitu mengumpulkan dana yang asalnya dari nasabah yang memiliki kelebihan harta (surplus unit), dan menyalurkan uang yang dimiliki bank kepada masyarakat yang memiliki kekurangan dana (defisit unit) dalam pemenuhan kebutuhan tersebut hingga bank dapat disebut *Financial Depository Institution*.¹

Dalam UU Perbankan No.10 Tahun 1998 dijelaskan bahwa, *bank yaitu lembaga keuangan yang memiliki aktivitas mengumpulkan uang nasabah dalam kondisi surplus berbentuk simpanan dan kemudian disalurkan kepada nasabah dengan kondisi deficit berbentuk kredit*. Fungsi pokok dalam bank adalah menyimpan dana yang asalnya dari masyarakat dan melakukan penyaluran dana ke nasabah lain, dengan demikian bank disebut *Financial Intermediary*.²

Sedangkan bank berbasis syariah di Indonesia berdiri mulai 1992. Awal mula bank berbasis syariah yang terdapat di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia. Tahun 1992-1999, dalam perkembangannya Bank Muamalat Indonesia tanpa adanya suatu kemajuan berarti. Namun saat krisis moneter terjadi di Indonesia tahun 1997 dan 1998, banker lainnya mengamati Bank Muamalat Indonesia tidak begitu terdampak krisis. Pada 1999, terbentuklah Bank Syariah Mandiri hasil akuisisi dari Bank Susila Bakti. Kemudian berubah menjadi Bank Syariah Mandiri atau BSM. Berdirinya Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi tolok ukur bagi seluruh bank syariah di Indonesia. Jika BSM maju, maka bank syariah di Indonesia kemungkinan besar berkembang pesat juga. Namun, apabila BSM tidak dapat bertahan dalam pasar ekonomi, maka bank syariah di Indonesia akan mengalami resiko kegagalan yang tinggi juga. Hal ini disebabkan BSM adalah bank syariah yang dibentuk oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam kenyataannya ternyata BSM mampu berkembang dengan pesat di Indonesia

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 30.

² *Ibid.*, h.31.

sehingga setelah itu diikuti pendirian dari bank-bank syariah lainnya.³ Dan Bank Jateng Syariah berdiri pada tanggal 26 April 2008.

Bank syariah mempunyai sistim operasional yang cukup beda dibandingkan bank non-syariah. Bank syariah menerapkan berbagai pelayanan tanpa menerapkan sistem bunga pada nasabah. Didalam sistem operasional bank syariah, penyetoran dan penarikan sistem bunga sangat tidak diperbolehkan dalam berbagai jenis transaksi apapun. Sistim bunga tidak diterapkan oleh Bank Syariah, dari bunga yang berasal langsung dari nasabah yang telah melakukan peminjaman uang ataupun dari bunga yang telah dibayarkan kepada bagian penyimpanan di bank syariah.

Perbankan syariah berkaitan terhadap bank berbasis syariah maupun unit usaha berbasis syariah, yang meliputi lembaga, aktivitas pasar keuangan, juga acara dan proses dalam melakukan segala aktivitas usahanya.⁴ Fungsi dari bank syariah sendiri adalah mengumpulkan dana yang berasal dari nasabah dalam wujud titipan dan penyalurannya kepada pihak lain melalui proses transaksi interaktif maupun jalinan kerjasama. Disini bank syariah menjadi lembaga intermediasi antara investor dan menyalurkannya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Bank syariah memberikan imbalan kepada investor karena telah menempatkan dananya di bank berupa bagi hasil. Sedangkan untuk bagian yang membutuhkan, biasanya dalam kesepakatan jual-beli dan jalinan kerjasama usaha. Segala imbalan yang diperoleh pada akad jual beli adalah margin keuntungan sedangkan pada akad kerjasama dalam bentuk bagi hasil.

Bank syariah adalah jenis bank yang segala jenis aktivitasnya berlandaskan hukum Syariat Islam, dalam prosesnya bank dilarang memperoleh bunga atas dana yang bank salurkan dan nasabah tidak memperoleh bunga atas dana yang mereka investasikan. Segala imbalan yang dapat didapatkan bank berbasis syariah ataupun diberikan kepada nasabah dikarenakan oleh akad atau perjanjian bank dengan nasabah. Dalam akad atau

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, h.32.

perjanjian, bank syariah harus tetap patuh pada syarat dan rukun kesepakatan atau akad yang telah diatur syariat Islam.

UU No.21 Tahun 2008 pasal 1 menjelaskan tentang:⁵

1. Perbankan syariah merupakan segala bentuk yang berhubungan dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara maupun proses dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Bank merupakan badan usaha yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk berupa simpanan dan menyalutkannya ke masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk berupa kredit atau pembiayaan sehingga meningkatkan perkembangan hidup masyarakat.
3. Bank konvensional merupakan bank yang operasionalnya berjalan berdasarkan prinsip usaha pada umumnya. Dan bank konvensional memiliki dua jenis yaitu Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat.
4. Bank Umum Konvensional merupakan bank yang menyediakan jasa dalam kegiatan pembayarannya.
5. Bank Perkreditan Rakyat merupakan bank yang tidak menyediakan jasa dalam kegiatan pembayarannya.
6. Bank Syariah merupakan bank yang operasionalnya berjalan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang sesuai dengan hukum Islam. Dan Bank Syariah mempunyai dua jenis yaitu Bank Umum syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
7. Bank Umum Syariah merupakan bank yang menyediakan jasa dalam kegiatan pembayarannya.
8. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank yang tidak menyediakan jasa dalam kegiatan pembayarannya.

⁵ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2011), h. 45.

9. Unit Usaha Syariah merupakan unit dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang memiliki fungsi sebagai kantor induk dari unit yang melakukan kegiatan usaha yang berprinsip syariah.

Dalam dunia perbankan, kegiatan *marketing* sangat mempengaruhi terhadap banyaknya nasabah yang akan didapatkan oleh bank tersebut. *Marketing* atau dalam bahasa Indonesia disebut pemasaran sendiri menjadi hal yang paling penting dalam suatu bisnis bahkan perbankan sekalipun. Tanpa adanya pemasaran, tidak akan terjadi akad jual beli antara nasabah dan pihak bank. Menurut Philip Kotler, pengertian dari pemasaran yaitu sebuah aktivitas yang dilakukan oleh satu orang maupun beberapa orang yang memiliki tujuan menukarkan produk yang mereka buat atau hasilkan dengan nominal tertentu kepada bagian lain. Sementara William J. Stanton, mendefinisikan dari pemasaran merupakan sebuah sistem yang berasal dari berbagai aktivitas usaha yang berguna dalam perencanaan sesuatu, penetapan sebuah harga dari produk tersebut, lalu mempromosikannya, dan melakukan pendistribusian sehingga dapat memuaskan konsumen⁶

Penerapan *marketing mix* didalam perbankan dapat diterapkan berdasarkan konsep-konsep yang dapat disesuaikan dengan seberapa banyak kebutuhan bank tersebut. Didalam praktiknya, *marketing mix* memiliki tujuan untuk barang ataupun jasa. Khusus untuk sebuah produk yang berupa jasa memiliki sedikit perbedaan konsep dengan produk berupa barang. Kotler mengatakan konsep pemasaran (*marketing mix*) terdapat 4P, yaitu: *product, price, place, promotion*.⁷ Sedangkan dalam bisnis jasa, Boom dan Bitner mengemukakan bahwa selain 4P terdapat juga 3P, yaitu: *people, physical evidence, process*.⁸

Dalam memasarkan produknya, bank menerapkan bauran pemasaran agar menarik minat dari masyarakat dalam menghimpunkan dana yang dimiliki. Saat ini bank berbasis syariah sedang berkembang pesat. Dimana tak sedikit masyarakat lebih memilih bank syariah daripada bank konvensional. Dari

⁶ Slamet Widodo, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*)", Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol. 4 No. 1 Januari 2018, h. 85-86.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 119.

⁸ *Ibid.*, h. 120.

alasan karena tidak ada riba, adanya bagi hasil yang transparan, sesuai dengan Hukum Islam, hingga margin yang diberikan sesuai dengan akad atau perjanjian di awal. Bank syariah sendiri saat ini bukan hanya masyarakat muslim yang menjadi peminatnya. Banyak sekali masyarakat nonmuslim yang menabungkan hartanya ke bank yang berprinsip syariah dengan alasan konsep bagi hasil sesuai dengan pendapatan bank dan margin yang diberikan pada produk pembiayaannya lebih ringan dibandingkan bank konvensional.

Salah satu bank berbasis syariah terdapat di Provinsi Jawa Tengah adalah Bank Jateng Syariah. Bank tersebut masuk dalam bagan bisnis yang dibuat PT. Bank Jateng guna pemenuhan kebutuhan nasabah akan produk barang dan jasa dalam bidang keuangan yang didasari oleh hukum syariah di masyarakat. Unit Usaha Syariah Bank Jateng dibentuk pada tanggal 26 April 2008, yang berlokasi di Kota Semarang tepatnya di Gedung Grinatha Lt. IV, Jl. Pemuda No. 142 Semarang. Pada awal dijalankannya, Bank Jateng Syariah hanya mendirikan kantor Cabang pertama di Surakarta dengan dioperasikan pada tanggal 21 Mei 2008 di Jl. Slamet Riyadi No. 236 Surakarta.⁹

Bank Jateng Syariah sendiri memiliki banyak produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Berbagai produk tersebut antara lain penghimpunan dana, pembiayaan, dan pelayanan (RTGS, Bank Garansi, Transfer, Kliring).¹⁰ Banyak sekali produk yang sudah dipromosikan Bank Jateng Syariah, tetapi setiap kantor cabang memiliki produk unggulan yang berbeda-beda. Pada Bank Jateng KCPS Semarang Barat memiliki produk unggulan yaitu produk pembiayaan iB Multiguna dimana produk tersebut lebih diminati oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan. Dalam iB Multiguna pembiayaan dilakukan dalam lingkup barang-barang konsumtif sehingga dengan adanya produk pembiayaan iB Multiguna ini masyarakat terbantu dalam mewujudkan barang apa saja yang mereka ingin beli. Hal ini diperkuat dengan menjadi pemenang dalam pencapaian target penyaluran dana yang

⁹ Sejarah Bank Jateng, diakses dari www.bankjateng.co.id, pada tanggal 20 Januari 2020 pukul 19.04.

¹⁰ Brosur Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

telah ditentukan oleh Bank Jateng Syariah dimana mereka bisa membiayai nasabah dengan jumlah 4 milyar per tahun 2019 dan hal tersebut menunjukan kenaikan dari tahun sebelumnya. Dari jumlah pembiayaan tersebut Bank Jateng KCPS Semarang Barat mengungkapkan bahwa sebagian besar dari pencapaian tersebut berasal dari produk pembiayaan iB Multiguna.

Dalam iB Multiguna, akad yang dipakai adalah akad *murabahah* yaitu sistem jual-beli atas barang yang diperbolehkan dalam Islam dimana pihak bank menyebutkan harga pembelian barang kepada nasabah dengan mensyaratkan harga pembelian ditambah nominal margin yang sudah disetujui. Pembayaran atas kesepakatan ini bisa dengan cara pembayaran saat jatuh tempo sekaligus atau dapat dilakukan dengan cicilan dengan batas waktu yang telah disepakati oleh semua pihak.

Berdasar dari uraian tersebut, peneliti tertarik untuk membahas tentang **“Implementasi *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi *marketing mix* pada produk iB Multiguna?
2. Apa saja hambatan dari penerapan *marketing mix* pada produk iB Multiguna?
3. Apa saja solusi untuk menangani hambatan dalam penerapan *marketing mix* pada produk iB Multiguna?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Penulisan Tugas Akhir bertujuan agar lebih memahami tentang bagaimana implementasi *marketing mix*, hambatan, serta solusi dari strategi pemasaran yang telah diterapkan pada perbankan terutama terhadap produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

2. Manfaat

Laporan ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan pemasaran produk iB Multiguna di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, sehingga mampu bersaing di tengah perkembangan ekonomi, dan untuk menambah wawasan untuk pembuat Tugas Akhir ini dan pembaca lainnya.

D. Tinjauan Pustaka

Pada Tugas Akhir ini, peneliti menggunakan telaah pustaka dari penelitian terdahulu, antara lain:

1. Skripsi tentang, “*Analisis Penerapan Bauran Pemasaran pada Produk Jasa Tabungan di Bank Madina Syari’ah Yogyakarta*”. Oleh Azizah Miftahul Hasanah pada tahun 2016, membahas tentang penerapan bauran pemasaran pada produk jasa tabungan di Bank Madina Syariah Yogyakarta dengan menerapkan strategi pemasaran 4P, yaitu *product, price, people, promotion*.
2. Tugas Akhir tentang “*Penerapan Marketing Mix pada Produk Tabungan di BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin*”. Oleh Sari Nastiti pada tahun 2017, membahas tentang penerapan *marketing mix* terhadap produk tabungan di BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin dengan dilatarbelakangi oleh sedikitnya masyarakat Bringin dan sekitarnya mengenal BMT dan produk-produk di BMT terutama produk tabungan. Dalam menerapkan *marketing mix* pada produk tabungannya, BMT Taruna Sejahtera Kantor Cabang Bringin lebih menggunakan strategi promosi dengan mengunggulkan kelebihan produknya.
3. Tugas Akhir tentang, “*Implementasi Strategi Marketing Mix pada Pembiayaan Pensiunan BSM (Studi Kasus pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang)*”. Oleh Adelina Dita Wahyuni pada tahun 2018, membahas tentang implementasi *marketing mix* pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Area Malang berupa 7P, yaitu *product, price, promotion, place, process, people, physical evidence*.

Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian dengan metode kualitatif. Denzin dan Lincoln berpendapat penelitian kualitatif yaitu sebuah metode yang menggunakan latar belakang alami yang dimaksudkan untuk menafsirkan terhadap fenomena yang sedang terjadi dengan melibatkan berbagai macam metode.¹¹

2. Sumber Data Penelitian

Data penelitian diperoleh melalui cara:

a. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer, berbentuk hasil wawancara berupa informasi yang dijadikan sampel dalam penelitian tersebut.¹² Dalam penelitian untuk Tugas Akhir ini narasumber wawancara berasal dari pegawai Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder, sumber data penelitian yang didapatkan melalui media perantara seperti buku, catatan, atau bukti yang telah ada.¹³ Dalam penelitian untuk Tugas Akhir ini peneliti menggunakan data sekunder yang berasal dari buku dan jurnal.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan dua cara:

a. Observasi

Observasi adalah salah satu kegiatan ilmiah empiris yang mendasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman

¹¹ Albi Anggito dan Johan Setiawan, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), h. 7.

¹² Jonathan Sarwono, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 209.

¹³ *Ibid.*

panca indera tanpa menggunakan manipulasi apapun.¹⁴ Disini peneliti mengobservasi langsung guna mendapat beberapa data tentang *marketing mix* pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk melakukan pembiayaan iB Multiguna di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

b. Wawancara

Teknik wawancara dalam metode penelitian kualitatif dapat terbagi dalam tiga kategori yaitu, 1) wawancara informal (*informal conventional interview*), 2) wawancara umum terarah (*general interview guide approach*), 3) wawancara terbuka standar (*standardized open-ended interview*). Dalam tugas akhir ini, peneliti menggunakan teknik *informal conventional interview*.¹⁵

Peneliti mendapat data dan informasi menggunakan salah satu jenis wawancara yaitu interview khusus dimana peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang merupakan Kepala Unit Pelayanan pada kantor tersebut. Hal ini penulis memfokuskan hal – hal yang berkaitan dengan penerapan *marketing mix* pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat. Proses wawancara dilakukan dengan beberapa pihak antara lain:

1. Ellam Wijaya Danawangsa selaku Kepala Unit Pemasaran.
2. Tri Atmo Suseno selaku Admin Pembiayaan.
3. Khofiyyan Nisa selaku Analis Pembiayaan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah sarana yang membantu penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui membaca surat-surat, sebuah pengumuman, pernyataan tertulis.¹⁶ Dalam hal ini penulis mencari berbagai data mengenai variabel yang berupa catatan, notulen untuk

¹⁴ Hasyim Hasanah, “Teknik-Teknik Observasi”. Jurnal At-Taquaddum. Vol. 8 No. 1 Juli 2016, h. 21.

¹⁵ Jonathan Sarwono, Op.Cit., h. 224.

¹⁶ *Ibid.*, h. 225.

memperkuat bukti Laporan Tugas akhir yang berkaitan tentang penerapan *marketing mix* pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

4. Metode Analisa Data

Menurut Noeng Muhadjir, metode Analisa data kualitatif adalah sebuah cara untuk mendapat hasil observasi dan menatanya guna meningkatkan suatu wawasan peneliti mengenai variabel yang digunakan dan menampilkannya berupa penemuan untuk orang lain.¹⁷

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian yang dilakukan langsung dan memperoleh data lapangan yang berasal dari Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat. Data-data yang diperoleh dari lapangan kemudian dideskripsikan dengan teori dan konsep yang ada.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir disusun dalam lima bab, setiap bab terdiri atas beberapa sub bab. Sistematika penulisan sendiri merupakan uraian umum mengenai hal-hal pokok yang akan dibahas yang berfungsi mempermudah ketika memahami dan melihat hubungan antar bab satu dengan bab lainnya. Adapun uraian pada setiap bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI yang meliputi teori-teori yang mendukung penelitian. Penjelasan mengenai pemasaran, pengertian *marketing mix*, komponen *marketing mix*, penjelasan produk iB Multiguna, konsep akad *murabahah* yang digunakan dalam iB Multiguna.

BAB III GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN yang membahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian, sejarah, visi dan misi,

¹⁷ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", Jurnal Alhadharah Vol. 17 No. 33, 2018, h. 84.

nilai-nilai budaya kerja Bank Jateng, struktur organisasi serta uraian tugas dari masing-masing bagian, produk-produk Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN yang membahas mengenai penerapan *marketing mix*, kelebihan dan kekurangan dari penerapan *marketing mix* pada produk iB Multiguna, kendala dari penerapan *marketing mix* pada produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

BAB V PENUTUP yang memuat kesimpulan dari pembahasan, saran-saran, dan kata penutup sebagai akhir pembahasan.

Pada akhir laporan tugas akhir, penulis mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan laporan tugas akhir beserta lampiran-lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup dari penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller, pemasaran merupakan sebuah proses yang terjadi dalam masyarakat melibatkan individu dan sekelompok orang guna mendapat sesuatu yang sedang dibutuhkan dengan proses menciptakan sebuah produk, menawarkan, serta menukarkan produk dan jasa dengan orang lain.¹⁸

Menurut John Westwood, pemasaran adalah usaha dalam memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan konsumen sehingga memberikan sebuah keuntungan atau laba bagi perusahaan.¹⁹

Menurut Basu dan Hani, pemasaran yaitu perencanaan kegiatan pengelolaan barang dan jasa, menetapkan sebuah harga, promosi, hingga pendistribusiannya yang memiliki tujuan untuk pemenuhan kebutuhan maupun mendapatkan keuntungan atau laba.²⁰

Pemasaran didalam Islam merupakan salah satu disiplin ilmu dimana didalamnya termuat proses dari merencanakan, menawarkan, serta penetapan harga produk sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen serta promosi berdasarkan dalam kitab suci Al-Qur'an.²¹

Seperti yang terdapat dalam Q.S. Ash-Shaf: 10-13

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ (10)
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ
تَعْلَمُونَ (11)
يَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ طَيِّبَةً فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ
ذَلِكَ الْقَوْلُ الْعَظِيمُ (12)
وَأُخْرَىٰ تُحِبُّونَهَا نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ (13)

¹⁸ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2011), h. 3.

¹⁹ Slamet Widodo, *Op. Cit.* h.85.

²⁰ *Ibid.*, h. 86.

²¹ R. Ajeng Entaresmen, "Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 9 No. 1, 2016, h. 64.

Artinya: *“(10) Wahai orang-orang yang beriman! Maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (11) (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahui, (12) niscaya Allah mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, dan ketempat-tempat tinggal yang baik didalam surga ‘Adn. Itulah kemenangan yang Agung. (13) dan (ada lagi) karunia yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat (waktunya). Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang mukmin.”*

2. Tujuan Pemasaran Bank

Tujuan pemasaran suatu perusahaan bisa berupa tujuan jangka panjang ataupun jangka pendek. Dimana jangka pendek tersebut bersifat sementara dan dilaksanakan sebagai salah satu langkah guna mencapai dari tujuan jangka panjang. Tujuan pemasaran bank antara lain:²²

- a. Meningkatkan konsumsi, yang menarik minat nasabah agar membeli produk yang dipromosikan oleh bank terus-menerus.
- b. Memaksimalkan dalam kepuasan nasabah, dengan layanan yang sesuai keinginan sehingga nasabah merasa puas dan membagikan pengalamannya kepada calon nasabah lain melalui ungkapan ceritanya.
- c. Memaksimalkan berbagai ragam produk, penyediaan berbagai produk yang dilakukan oleh bank akan membuat nasabah mempunyai berbagai ragam pilihan.
- d. Memaksimalkan dalam mutu hidup, nasabah diberikan segala kemudahan seperti adanya pelayanan *mobile banking* yang membuat nasabah bisa transfer dan mengecek saldo tanpa harus ke ATM.

²² Kasmir, *Op.Cit.*, h. 57.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah ungkapan perasaan puas dari konsumen yang terjadi setelah mengetahui yang diterima dengan harpannya.²³ Apabila kepuasan konsumen terpenuhi atas barang atau jasa yang didapatkan, kemungkinan besar ia akan menjadi sebagai pelanggan dalam waktu lama (pelanggan tetap). Beberapa faktor yang sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan yaitu sebuah mutu dari produk maupun pelayanan yang diberikan, kegiatan dalam penjualannya, pelayanan yang diberikan setelah penjualan, dan berbagai nilai-nilai perusahaan.

Sedangkan kepuasan konsumen (nasabah) dalam dunia perbankan memiliki arti nasabah merasa senang jika kebutuhannya dapat dipenuhi secara lengkap. Berbagai bentuk perasaan puas dari nasabah dalam bidang perbankan adalah:²⁴

- a. **Tangibles.** Bisa dikatakan sebagai bukti fisik yang dimiliki oleh bank seperti kantor atau gedung, perlengkapan didalam maupun diluar kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi, serta sarana fisik lainnya. Selain itu bukti fisik harus menarik karena hal tersebut terlihat secara langsung oleh nasabah.
- b. **Responsiveness.** Keinginan karyawan di bank dalam melayani nasabah. Sebab itu manajemen dari bank perlu memberikan beberapa motivasi besar kepada karyawan untuk mendukung segala bentuk kegiatan pelayanan terhadap nasabah.
- c. **Assurance.** Merupakan karyawan bank perlu memiliki berbagai pengetahuan, sebuah kompetensi, sifat sopan, serta sifat jujur. Hal itu sangat penting karena nasabah yakin bahwa transaksi yang telah dilakukan benar tepat sasaran.
- d. **Reliability.** Merupakan kemampuan bank memberikan layanan yang sudah diperjanjikan dengan cepat, akurat, serta membuat nasabah

²³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 65.

²⁴ Kasmir, *Loc.Cit.*

menjadi puas. Karyawan bank diberi berbagai pelatihan serta pendidikan untuk meningkatkan kemampuan sehingga dapat mendukung hal tersebut.

- e. **Empathy.** Mampu dalam memberikan kemudahan dan menjalin sebuah hubungan yang baik terhadap nasabah. Mengerti kebutuhan tiap nasabah.
- f. **Compliance.** Kemampuan untuk mengikuti sesuai hukum syariat Islam dan berjalan dibawah prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini dapat berupa tidak ada pembayaran dalam bentuk bunga baik berupa bunga tabungan ataupun pinjaman, dan menerapkan segala bentuk layanan produk secara aturan Islami.²⁵

B. Bauran Pemasaran

1. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan gabungan dari strategi strategi yang dikombinasikan dari beberapa komponen yang telah digunakan perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasarannya.²⁶ Menurut Kotler, pengertian bauran pemasaran yaitu sebagai alat pemasaran berfungsi mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.²⁷ Guna mencapai tujuan perusahaan secara efektif, semua komponen dalam bauran pemasaran harus dilaksanakan secara menyeluruh sebab diantara komponen satu dengan komponen lainnya saling berkaitan sehingga apabila dijalankan sendiri-sendiri tidak akan efektif. Dalam perbankan penggunaan bauran pemasaran dilaksanakan dengan menggunakan konsep yang sesuai kebutuhan bank.

Bauran pemasaran jasa adalah sebuah alat yang digunakan oleh seorang pemasar guna menciptakan karakteristik dari jasa yang akan dipromosikan kepada konsumen. Bauran pemasaran jasa adalah gabungan

²⁵ Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 6 No. 2, Oktober 2016, h. 155.

²⁶ Kasmir, *Op.Cit.*, h. 119.

²⁷ R. Ajeng Entaresmen, *Loc.Cit.*

konsep dalam memasarkan sebuah produk. Saat ini pemasaran tidak hanya memasarkan dalam waktu jangka pendek melainkan memasarkan dalam waktu jangka panjang juga. Didunia perbankan, kegiatan pemasaran adalah kebutuhan utama dan suatu keharusan yang perlu dilaksanakan atau dijalankan.²⁸

2. Komponen Bauran Pemasaran

Pada pemasaran ada sebuah strategi yang dinamakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran tersebut mempunyai elemen-elemen penting yang digunakan guna mempengaruhi para nasabah supaya mereka mau melakukan pembelian jasa atau barang yang telah dipromosikan sebuah perusahaan. Lalu, elemen dalam bauran pemasaran tersebut yaitu:²⁹

a. *Product*

Pendapat Kotler dan Amstrong, produk yaitu suatu barang atau jasa yang dipromosikan guna memenuhi berbagai kebutuhan dan dapat memuaskan segala keinginan masyarakat. Pada dunia perbankan, suatu produk yang diinginkan nasabah adalah sebuah barang atau jasa yang memiliki kualitas yang baik serta memberi manfaat bagi nasabah. Dengan adanya suatu produk beragam yang dipasarkan oleh bank, akan meningkatkan minat nasabah agar melakukan proses pembiayaan dan menabung pada bank tersebut.

Produk termasuk dari komponen *marketing mix*. Produk yang tidak diperbolehkan untuk diperdagangkan dalam Al-Quran dan Sunah nabi yaitu daging babi, bangkai, dan darah hewan (QS. Al-Ma'idah: 4), minuman yang mengandung alkohol (QS. Al-Baqarah: 219), prostitusi, perjudiaan serta penerapan bunga pada praktik keuangan di perbankan (QS. A-Baqarah: 275). Dalam perspektif Islami sebuah produk wajib

²⁸ Evelyn Wijaya dan Puspa Marantika Ariyanti, "Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT. Bank Mayapada International, Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru", *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* Vol. 1 No. 2, Juni 2018, h. 286.

²⁹ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, (Depok: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 162.

memenuhi syarat halal, tidak mengganggu, bermoral, tidak terdapat unsur riba, produk harus diserahterimakan dengan jelas, produk harus dalam kepemilikan yang sah, karena menjual produk fiktif tidak diperbolehkan dan harus benar secara kualitas maupun kuantitas. (Abdullah dan Ishak, 2012; Abuznaid, 2012; Rivai, 2012).

b. Price

Harga adalah salah satu komponen yang terdapat pada *marketing mix* yang memiliki sifat yang fleksible sehingga menyebabkan suatu harga terkadang akan stabil dan juga dapat mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian harga yaitu sejumlah dana yang ditanggihkan pada suatu barang atau jasa kepada konsumen. Dalam dunia perbankan, harga dapat berupa administrasi dan saldo minimum. Apabila perbankan memiliki biaya administrasi rendah dan saldo mengendap yang relatif rendah maka akan mendorong minat nasabah untuk menitipkan uangnya pada bank tersebut.

Dalam agama Islam menetapkan harga murah yang terpaut jauh dengan harga pasar sangat tidak diperbolehkan, penerimaan keuntungan tanpa bekerja juga tidak diperbolehkan, mengubah harga tanpa diikuti adanya perubahan kualitas ataupun kuantitas dari produk tersebut, tidak diperbolehkan menipu pelanggan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, perjudian, menyimpan produk secara berlebihan yang menyebabkan kelangkaan pada produk tersebut (menimbun). Bentuk penetapan harga yang tidak diperbolehkan Agama Islam antara lain menetapkan harga yang berlebihan (*predatory pricing*), menentukan harga yang mengakibatkan ketidakadilan. Sabda Rasulullah Saw. Tentang ketentuan terkait dengan kebijakan harga adalah:

“Janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri”. (HR. Bukhari dan Muslim)

c. *Place*

Tempat merupakan suatu hal terpenting dalam setiap usaha yang dijalankan karena apabila salah dalam memilih tempat usaha akan menyebabkan kegagalan dalam bisnis. Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian lokasi adalah tempat untuk menciptakan produk bagi pasar yang dijadikan sasaran. Pada strategi bauran pemasaran, penentuan lokasi adalah hal penting bagi sebuah perusahaan sebab lokasi termasuk salah satu pertimbangan nasabah jika ingin melakukan kegiatan menabung seperti tempat yang strategis, lahan parkir luas, serta suasana didalam ruangan yang nyaman pada saat melakukan transaksi. Sebagai salah satu komponen *marketing mix*, tempat bisa dianggap lokasi usaha yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu strategi pemasaran (Gunara dan Sudibyo, 2008; Bahari *et al*, 2012). Didalam Agama Islam keberadaan manusia dan perusahaan pada proses pemasaran haruslah memiliki sifat keterbukaan dan berusaha memuaskan nasabah.

d. *Promotion*

Promosi adalah kegiatan pemasaran untuk menginformasikan kepada masyarakat dengan cara mempengaruhi agar ingin membeli barang atau jasa yang dipasarkann. Promosi adalah hal penting untuk mempengaruhi nasabah guna menentukan keputusan untuk menabung di bank, tanpa adanya hal ini maka nasabah tidak akan mengetahui tentang produk tersebut. Salah satu cara melakukan promosi dengan membagikan brosur, hadiah yang didapatkan nasabah ketika melakukan proses pembukaan rekening, kemampuan penjualan personal yang dilakukan marketer bank saat menjelaskan tentang produk bank tersebut.

Promosi juga merupakan salah satu elemen *marketing mix*. Upaya untuk mengenalkan sebuah produk kepada konsumen dan memberikan

informasi yang jelas tentang produk tersebut dinamakan promosi. Dalam ajaran Islam, kegiatan promosi yang dilakukan *marketer* untuk menarik minat konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama, sangat diperbolehkan selama kegiatan tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam (Bahari *et al*, 2012). Berbagai landasan tentang promosi diciptakan agar menghilangkan berbagai bentuk kecurangan dan sifat tidak adil dengan cara menipu konsumen. Rasulullah Saw. dalam mempromosikan produk dagangannya pun tak pernah melebih-lebihkan dalam memberikan informasi sehingga pembeli tidak akan merasa ditipu. Kejujuran menjadi kunci penting dalam melakukan promosi ini, hal ini bahkan disampaikan melalui hadis Rasulullah Saw. yaitu:

“Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Sedangkan Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran selain 4P seperti yang dijabarkan sebelumnya, memiliki tambahan 3P, yaitu:³⁰

a. *People*

Orang adalah semua pihak yang memiliki keterlibatan aktif dalam pelayanan dan memengaruhi persepsi konsumen yang ada dalam lingkungan pelayanan. Kegiatan dalam rangka meningkatkan kualitas karyawan sangat diperlukan dalam membangun citra karyawan yang baik. Biasanya perusahaan akan melakukan kegiatan seperti pendidikan dan pelatihan, motivasi karyawan, balas jasa, kegiatan rekrutmen yang sesuai dengan aturan. Segala bentuk sikap serta bagaimana cara berpenampilan karyawan bank mempengaruhi terhadap pandangan konsumen ke pelayanan bank tersebut.

Peran manusia sangat penting dalam hal praktek pemasaran, sebagai produsen ataupun konsumen. Para *marketer* wajib memiliki

³⁰ Kasmir, *Op.Cit.*, h. 120.

sifat jujur serta tanggungjawab atas produk yang sudah dibuat. *Marketer* Muslim wajib memberikan perlindungan kepada *supplier*, *partner* bisnis, karyawan, konsumen, maupun masyarakat. (Ishak dan Abdullah, 2012; Rivai, 2012). Beberapa sabda Rasulullah Saw. yang merupakan pedoman bagi produsen sebagaimana diriwayatkan oleh Bukhari antara lain (dalam Ishak dan Abdullah, 2012):³¹

1. Harus menghindari segala jenis barang dan jasa yang tidak diperbolehkan dalam Agama Islam.
2. Barang bersifat tidak jelas harus dihindari.
3. Memiliki sikap jujur dalam proses pembelian dan penjualan suatu produk.
4. Tidak diperbolehkan adanya penipuan.
5. Menghindari unsur kebohongan.

Dalam Islam, menghindari penyalahgunaan juga berusaha untuk kemakmuran masyarakat sangat dijunjung tinggi. Seorang *marketer* Muslim wajib memiliki sifat jujur, amanah, dan adil. Prinsip-prinsip jujur, dapat dipercaya, serta adil sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw. saat beliau berdagang.

b. *Process*

Proses yaitu sebuah kegiatan konsumen dalam pelayanan jasa, aktivitas usaha, dan standart layanan yang ada di bank tersebut. Pada dunia perbankan, proses yaitu pelaksanaan pembukaan rekening tabungan, pengurusan hingga pencairan pembiayaan, pengurusan hingga pencairan deposito dan giro, respon dalam melayani keluhan nasabah. Aktivitas proses ini yang memotivasi nasabah guna memutuskan pemilihan bank.

Proses bagian penting dari *marketing mix*, dalam praktiknya Rasulullah Saw pun melakukan implementasi *marketing mix* yaitu

³¹ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Op.Cit.*, h. 170.

memberikan pelayanan ramah, santun, serta jelas dalam memberikan informasi mengenai produk.

c. *Physical Evidence*

Bukti fisik biasanya terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, dan jaminan perusahaan. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang diberikan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan. Perbankan harus memperhatikan kenyamanan nasabah ketika akan melakukan transaksi di bank dengan mempertimbangkan kenyamanan ruang tunggu, parkir yang memadai, dan logo bank yang jelas dan dapat dilihat dari jauh. Dalam hal ini bukti fisik juga mempengaruhi keberhasilan bank tersebut dalam memasarkan produk dan jasanya.

Menurut Abuznaid (2012), bukti fisik yang menjadi tolok ukur bauran pemasaran adalah ***Pertama***, Fasilitas Eksterior, yang meliputi: desain eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya. ***Kedua***, Fasilitas Interior, meliputi: desain interior, peralatan untuk melayani pelanggan dan menjalankan bisnis, signage (simbol, arah, petunjuk), tata letak kualitas sirkulasi udara dan suhu. ***Ketiga***, *Tangibles Other* (bukti fisik lain), meliputi: bukti fisik perusahaan, kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan (seragam), dan brosur.³²

C. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah aktivitas yang dilakukan bank syariah dalam menyalurkan dananya ke pihak yang defisit dana dengan prinsip syariah. Penyaluran dana yang diberikan kepada pengguna dana didasarkan atas kepercayaan pemilik dana bahwa pengguna dana mampu membayar dana

³² Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Ibid.*, h. 172.

yang berbentuk pembiayaan tersebut. Pengguna dana berkewajiban melakukan engembalian pembiayaan yang diterima sesuai dengan waktu yang ditetapkan di akad pembiayaan.

Pelaksanaan pembiayaan yang ada di bank syariah sangat berbeda dibandingkan pelaksanaan kredit yang diterapkan oleh bank konvensional. Di bank syariah pengembalian yang diberikan tidak berbentuk bunga melainkan berbentuk sesuai dengan kesepakatan di akad pembiayaan. Selain hal tersebut, yang membedakan pembiayaan dengan kredit adalah objeknya. Objek dari pembiayaan adalah benda yang diperjualbelikan atau didanai. Tetapi kredit objeknya adalah uang dimana uang ini adalah instrumen yang diperjualbelikan dan hal tersebut yang sangat dilarang dalam Islam. Dijelaskan dalam UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, *kredit yaitu penyediaan sejumlah dana yang didasarkan kepada persetujuan pinjam meminjam antara nasabah dengan bank dimana nasabah diwajibkan untuk melunasi seluruh hutangnya dalam jangka waktu yang telah disepakati*.³³

Didalam bank syariah, tidak dikenal istilah kredit. Sebab Bank Syariah mempunyai prinsip yang sangat berbeda dari Bank Konvensional didalam penerpan penyaluran dana kepada pihak membutuhkan. Di Bank Syariah penyaluran dananya berbentuk pembiayaan sedangkan Bank Konvensional dalam bentuk kredit. Sifat dari pembiayaan bukanlah utang-piutang melainkan investasi yang diterima nasabah dalam melaksanakan usahanya atau mewujudkan keinginannya.

Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, *pembiayaan yaitu penyediaan dana yang disediakan bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan yang telah disepakati dan bersedia untuk melakukan pengembalian dana pada jangka waktu yang ditetapkan dengan imbalan atau bagi hasil yang telah disepakati di awal*.³⁴ Di bank syariah

³³ Ismail, *Op.Cit.*, h. 106.

³⁴ *Ibid.*

pembiayaan yang diterapkan berdasarkan aturan prinsip syariah dan aturan hokum syariat Islam.

2. Unsur-unsur Pembiayaan³⁵

- a. **Bank Syariah**, merupakan badan usaha syariah yang memberikan sejumlah pembiayaan kepada nasabah yang mengalami kekurangan dana.
- b. **Mitra Usaha**, seseorang yang dijadikan *partner* dalam penyalluran dana oleh bank syariah.
- c. **Kepercayaan**, pemberian kepercayaan kepada mitra usaha dari bank syariah bahwa dapat menyelesaikan segala bentuk kewajiban untuk melakukan pengembalian dana pembiayaan.
- d. **Akad**, merupakan kesepakatan yang telah disetujui oleh bank syariah dengan nasabah saat melakukan pembiayaan.
- e. **Risiko**, adanya kemungkinan terburuk yang akan timbul disebabkan oleh kerugian dana yang telah disalurkan.
- f. **Jangka Waktu**, lamanya waktu yang diberikan bank guna mengembalikan kembali sejumlah dana yang telah dipinjamkan oleh pihak bank.
- g. **Balas Jasa**, ungkapan terimakasih yang berupa dana atas pembiayaan yang sesuai dengan kesepakatan diawal.

3. Fungsi Pembiayaan

Adanya bank syariah yang memiliki pembiayaan berprinsip syariah memiliki tujuan bukan untuk meramaikan bisnis perbankan dan mencari keuntungan sebesar-besarnya, melainkan untuk menciptakan sebuah usaha yang memiliki keamanan dan kepercayaan lebih dari nasabah. Berikut fungsi dari pembiayaan:³⁶

³⁵ *Ibid.*, h. 107.

³⁶ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), h. 9.

- a. Menerapkan pembiayaan dan bagi hasil sesuai prinsip syariah dan tidak memberatkan kepada kemampuan nasabah.
- b. Memberikan bantuan kepada kaum dhuafa yang tidak dijangkau oleh Bank Konvensional.
- c. Membantu seluruh masyarakat yang memiliki kesusahan ekonomi serta menjadi korban permainan renternir.
- d. Mengembangkan arus tukar menukar pada barang ataupun jasa.
- e. Sebagai alat untuk memanfaatkan *idle fund* (dana yang menganggur) sehingga bank dapat menghadirkan pihak yang *surplus* dengan pihak yang *defisit*.

4. Manfaat Pembiayaan

Berikut manfaat pembiayaan, antara lain:³⁷

- a. Bagi bank, pembiayaan yang telah diberikan kepada nasabah akan mendapatkan balas jasa yang berupa keuntungan (margin), perolehan bagi hasil, dan mendapatkan biaya sewa tergantung dari kesepakatan di awal.
- b. Bagi debitur, pembiayaan dapat meningkatkan usaha yang dimiliki nasabah sehingga memberi manfaat dalam pembelian bahan baku dan pembelian atau penyewaan mesin.
- c. Bagi pemerintah, suatu pembiayaan dapat difungsikan untuk mendorong perkembangan di sektor riil. Sebab uang dapat tersedia di bank menjadi tersalurkan kepada pihak yang menjalankan usaha.

Bagi masyarakat, apabila bank bisa meningkatkan pembiayaan yang tersalurkan maka nasabah akan mendapatkan nominal bagi hasil yang lebih tinggi.

5. Analisis Pembiayaan

Analisis pembiayaan biasanya dilakukan oleh analis pembiayaan yang bertugas menganalisis suatu permohonan pembiayaan untuk mendapatkan

³⁷ Ismail, *Op.Cit.*, h. 110.

keyakinan bahwa usaha tersebut layak mendapatkan pembiayaan. Tujuan bank melakukan analisi pembiayaan yaitu meminimalisir kemungkinan terjadi gagal bayar oleh nasabah. Analisis pembiayaan adalah faktor penting untuk menetapkan suatu keputusan untuk menyetujui atau menolak sebuah pengajuan pembiayaan dari nasabah.

Prinsip yang perlu diterapkan oleh bank sebelum menyetujui permohonan pembiayaan disebut dengan 5C. Dari prinsip dasar ini memberikan analisi mendalam kepada calon nasabah sehingga dibutuhkan oleh bank syariah agar tidak salah dalam menyalurkan dananya dan dapat terbayar kemabli sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.

Berikut ini adalah analisis 5C:³⁸

- a. **Character**, menjelaskan watak dari calon nasabah. Disetiap bank perlu menerapkan analisa terhadap watak dari calon nasabah yang bertujuan mengetahui keseriusan calon nasabah dalam melakukan kewajiban membayar tepat waktu. Cara yang perlu dilakukan oleh Bank Syariah untuk mengetahui karakter calon nasabah dengan melakukan *BI checking* dan mendapatkan informasi dari pihak lain.
- b. **Capacity**, mengetahui segala kemampuan dari kondisi *financial* calon nasabah dalam membayarkan kewajibannya sesuai dengan waktu kesepakatan. Kemampuan kondisi *financial* dari calon nasabah sangat penting sebab menjadi sumber utama pembayaran. Cara yang perlu dilakukan Bank Syariah untuk mengetahui kemampuan *financial* calon nasabahnya dengan melihat laporan keuangan dari calon nasabah tersebut, memeriksa slip gaji bulanan dan memeriksa rekening tabungan, serta melakukan survey ke lokasi uusaha calon nasabah.
- c. **Capital**, jumlah modal dana calon nasabah yang diikutkan dalam proyek yang akan dibiayai. Ekuitas yang disertakan perlu mendapat analisis yang sangat mendalam dan dapat terlihat pula keseriusan calon nasabah dalam usahanya. Cara yang perlu dilakukan Bank Syariah dalam

³⁸ *Ibid.*, h. 120.

mengetahu *capital* yaitu dengan sejumlah uang muka yang telah disediakan oleh calon nasabah guna membayar *developer*.

- d. ***Collateral***, suatu jaminan yang diterima pihak bank dari pembiayaan yang diajukan. Jaminan adalah sumber pembayaran kedua jika nasabah tidak bisa melakukan pembayaran terhadap angsurannya sehingga agunan tersebut akan dijual oleh Bank Syariah dan hasil penjualannya akan digunakan untuk pelunasan atas pembiayaannya. Agunan sendiri nilainya diatas dari besaran pembiayaan yang diberikan oleh bank. Bank akan melihat minat pasar terhadap agunan tersebut, semakin banyak yang minat terhadap barang agunan tersebut maka bank semakin yakin untuk menerima agunan tersebut.
- e. ***Condition***, penganalisisan kondisi ekonomi dari calon nasabah. Dalam hal ini bank perlu menganalisis efek dari kondisi ekonomi dalam usaha bisnis calon nasabah pada masa mendatang.

D. *Murabahah*

1. Pengertian *Murabahah*³⁹

Murabahah berasal dari kata *ribhu* yang memiliki arti keuntungan. *Murabahah* adalah transaksi jual beli dimana pihak bank menetapkan harga pokok dan menyebutkan jumlah margin atau keuntungan.⁴⁰ *Murabahah* merupakan kesepakatan atau perjanjian jual beli diantara pihak bank syariah sebagai penyedia dari barang yang dibutuhkan nasabah dan pihak nasabah yang sedang membutuhkan barang tersebut. Akad *murabahah* sendiri pengaplikasiannya di bank syariah melalui pembiayaan yang telah disediakan oleh pihak bank. Dalam transaksi menggunakan akad *murabahah* pihak bank harus menuliskan harga pokok secara jelas atas barang yang diperjual-belikan tersebut dan menambahkan margin keuntungan sesuai dengan yang disetujui bersama.

Dalam akad *murabahah* ini bank mendapatkan keuntungan atas jual beli yang disetujui kedua belah pihak tersebut. Dan biasanya pembayaran dilakukan secara diangsur sesuai waktu yang telah disetujui oleh pihak bank dan nasabah ataupun pembayaran yang dilakukan sekaligus pada saat jatuh tempo. Sehingga penggunaan akad *murabahah* harus dilakukan secara jelas dan transparan tanpa ada kecurangan maupun kebohongan dalam segi harga.

2. Jenis-jenis Jual Beli

Beberapa jenis jual beli dalam Islam, sebagai berikut:

a. Jual Beli *Murabahah*

Jual beli *murabahah* adalah transaksi jual beli dimana penjual menetapkan harga pokok dan menyebutkan jumlah margin atau keuntungan.⁴¹ Adapun ayat yang tentang jual beli *murabahah*.

Q.S. Al-Baqarah: 275

³⁹ *Ibid.*, h. 138.

⁴⁰ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), h. 88.

⁴¹ Adiwarman A. Karim, *Loc.Cit.*

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

b. *Jual Beli Salam*

Jual beli *salam* adalah transaksi jual beli antara penjual dan pembeli dengan sistem pembayaran yang dilakukan dimuka pada saat akad dan barang pesanan harus memiliki spesifikasi yang jelas.⁴² Adapun ayat tentang jual beli *salam*.

Q.S. Al-Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”

c. *Jual Beli Istishna*

Jual beli *istishna* adalah transaksi jual beli antara penjual dan pembeli berdasarkan pesanan yang sistem pembayarannya dapat dilakukan dimuka, dicicil, ataupun ditangguhkan sampai jangka waktu yang disepakati.⁴³ Adapun hadits tentang jual beli *istishna*.

“Dari Anas RA bahwa Nabi SAW hendak menuliskan surat kepada raja non-Arab, lalu dikabarkan kepada beliau bahwa raja-raja non-Arab tidak sudi menerima surat yang tidak distempel. Maka beliau pun memesan agar ia dibuatkan cincin stempel dari bahan perak. Anas menisahkan: seakan-akan sekarang ini aku dapat menyaksikan kemilau putih ditangan beliau.” (HR. Muslim)

3. Penggunaan Akad *Murabahah*⁴⁴

Akad *murabahah* biasanya digunakan dalam pembiayaan jual beli di bank syariah dalam mewujudkan barang-barang yang dibutuhkan oleh

⁴² Ismail, *Op.Cit.*, h. 153.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Ismail, *Op.Cit.*, h. 140.

nasabah. Jenis akad *murabahah* pun lebih sesuai jika digunakan untuk membiayai barang-barang konsumtif dan barang investasi. Penerapan dalam pembelian barang konsumtif dianggap sesuai sebab barang tersebut akan memberikan efek manfaat terhadap nasabah sehingga tujuan dari pemenuhan barang tersebut tercapai sesuai dengan syariat agama Islam. Sedangkan dalam barang investasi, penerapannya pun dianggap sesuai juga karena barang tersebut dapat memberikan manfaat bagi nasabah diwaktu yang akan datang.

4. Syarat *Murabahah*⁴⁵

Beberapa persyaratan yang harus dicapai agar akad *murabahah* dianggap sah dalam pelaksanaannya, antara lain:

- a. Pelaku pelaksana akad *murabahah* harus berakal, cakap hukum, serta dalam kondisi tanpa paksaan (melaksanakannya dengan ridha).
- b. Objek yang dijadikan jual-beli haruslah barang yang memiliki kejelasan.
- c. Adanya transparansi dalam penetapan harga dan margin keuntungan.
- d. Harus ada ijab qabul diantara pihak bank dan nasabah. Dimana pihak-pihak yang terlibat dalam akad harus hadir dalam pelaksanaan akad tersebut.

5. Rukun *Murabahah*

Adapun rukun *murabahah* yaitu:

- a. **Penjual**, meriupakan pihak pemilik barang yang akan dijual.
- b. **Pembeli**, pihak penerima barang yang akan dibeli.
- c. **Objek akad**, barang yang diperdagangkan serta harganya.
- d. **Ijab-qabul**, serah terima.

⁴⁵ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Op.Cit.*, h. 10.

6. Objek *Murabahah*⁴⁶

- d. Tempat tinggal(rumah).
- e. Alat transportasi, seperti kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat.
- f. Kebutuhan industry.
- g. Pembelian gedung, pabrik, dan lainnya.
- h. Pembelian beberapa asset yang diperbolehkan dalam agama Islam.

7. Dasar Hukum *Murabahah*⁴⁷

Dalam agama Islam, jual-beli atau *murabahah* pelaksanaannya diperbolehkan, Hal tersebut diperkuat oleh beberapa ayat Al-Qur'an:

Q.S. An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu".

Q.S. Al-Baqarah: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ؕ

Artinya: "...dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba."

P

Pada ayat tersebut dijelaskan jika menghalalkan praktik jual-beli *murabahah* serta mengharamkan riba. Sehingga berdasarkan ayat tersebut jual-beli *murabahah* diperbolehkan apabila diterapkan dalam keseharian maupun dalam dunia perbankan asal dalam praktiknya tidak terdapat unsur riba sama sekali.

⁴⁶ Ismail, *Op.Cit.*, h. 141.

⁴⁷ *Ibid.*, h. 142.

E. Pembiayaan iB Multiguna

1. Pengertian Pembiayaan iB Multiguna⁴⁸

Dalam Pasal 1 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, dijelaskan bahwa Pembiayaan iB Multiguna adalah salah satu fasilitas pembiayaan di Bank Jateng guna memenuhi segala bentuk kebutuhan konsumtif dari nasabah dengan mengimplementasikan akad *murabahah* (jual beli) atau akad *ijarah* (sewa menyewa) untuk mendapatkan imbalan atas barang atau jasa. Pembiayaan iB Multiguna merupakan pembiayaan berjangka dan diberikan dalam bentuk transaksi langsung yang artinya pemberian fasilitas langsung kepada nasabah (pemohon pembiayaan).

Dijelaskan pada Pasal 2 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, tujuan penggunaan pembiayaan iB Multiguna untuk melakukan pembelian barang yang bersifat konsumtif. Barang tersebut berupa kendaraan, elektronik, perabot rumah, dan pemanfaatan suatu jasa berupa jasa pendidikan, kesehatan, pernikahan, dan jasa lainnya yang tidak menentang ajaran Islam.

2. Akad Pembiayaan⁴⁹

Dalam Pasal 10 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, dijelaskan bahwa akad pembiayaan yang diterapkan adalah *murabahah* (jual beli), akad *musyarakah mutanaqisah* (akad kepemilikan) dan/ atau *ijarah* (sewa menyewa). Untuk keperluan pengambilalihan pembiayaan atau kredit dari bank lain (*take over*), maka dapat menggunakan akad *musyarakah mutanaqisah* (akad kepemilikan) atau akad *qardh wal murabahah*. Akad pembiayaan dapat dilakukan dibawah tangan dan proses penandatanganan akad pembiayaan wajib dilakukan di kantor bank. Bila penentuan (pencairan) dana atau

⁴⁸ SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna.

⁴⁹ *Ibid.*

pembelian barang/ atau jasa yang menjadi obyek pembiayaan diwakilkan kepada calon nasabah, maka terlebih dahulu dilakukan akad *wakalah*.

3. Syarat dan Ketentuan Pengajuan Pembiayaan⁵⁰

- a. Usia pemohon pembiayaan minimal 21 tahun atau 18 tahun bagi yang sudah menikah dan sudah memiliki penghasilan sendiri. Sedangkan pada saat jatuh tempo, maksimal usia harus 65 tahun atau belum pensiun.
- b. Untuk nasabah perorangan harus berstatus karyawan tetap, anggota TNI/Polri, Kepala/Wakil Kepala Daerah, anggota DPR/DPRD, wiraswasta.
- c. Mengisi dan menyerahkan aplikasi dengan melampirkan:
 - Fotocopy KK terbaru dan Surat Nikah (bagi yang telah menikah).
 - Fotokopi KTP dari suami dan istri pemohon.
 - Foto 4x6 suami dan istri.
 - Fotocopy NPWP bagi calon nasabah yang mengajukan pembiayaan dengan plafond \geq Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

4. Ketentuan Pencairan dan Pembiayaan⁵¹

Dalam Pasal 11 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, dijelaskan bahwa pencairan Pembiayaan iB Multiguna dilakukan setelah akad pembiayaan ditandatangani dan pemenuhan seluruh persyaratan dari nasabah. Pencairan dilakukan melalui rekening nasabah di Bank Jateng Syariah. Sedangkan pembayaran angsuran setiap bulan dengan cara mendebet rekening nasabah dan/ atau rekening penampungan (rekening bendahara). Pembiayaan iB Multiguna dengan akad *murabahah* harus menyerahkan bukti/faktur/kwitansi/bukti jual beli barang yang menjadi bukti obyek

⁵⁰ Jurnal SOP dan Brosur Bank Jateng Syariah tahun 2016.

⁵¹ SK Bank Jateng Syariah, *Loc.Cit.*

pembiayaan dan Pembiayaan iB Multiguna dengan akad *ijarah* harus menyerahkan rincian dan bukti pembayaran perolehan obyek *ijarah*.

5. Denda⁵²

Dalam Pasal 13 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, dijelaskan bahwa bagi nasabah yang mampu bayar tetapi lebih memilih untuk menunda pembayaran serta tidak adanya itikad baik untuk segera melakukan pembayaran, maka kepada yang bersangkutan dapat dikenakan sanksi berupa denda keterlambatan angsuran. Besarnya denda keterlambatan angsuran ditentukan berdasarkan kesepakatan yang diterbitkan pada saat akad pembiayaan ditandatangani.

6. Ketentuan Lain⁵³

Dalam Pasal 14 SK Bank Jateng Syariah No. 0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna, dijelaskan bahwa ketentuan lain bagi nasabah wiraswasta atau tenaga-tenaga profesi harus dilakukan analisis terhadap prospek usaha, kelayakan usaha dan tetap memperhatikan prinsip-prinsip kehati-hatian. Pemberian pembiayaan kepada calon nasabah berstatus pegawai bank, dengan ketentuan pegawai tersebut tidak sedang menikmati fasilitas kredit *Personal Loan* Umum pada bank atau dilunasi.

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Ibid.*

BAB III

GAMBARAN UMUM

BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT

A. Profil Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

1. Sejarah Bank Jateng

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah atau biasa disebut dengan Bank Jateng berdiri pada tahun 1963 yang didasarkan atas Surat Persetujuan Menteri Pemerintah Umum dan Otonomi Daerah dengan No. DU 57/1/35 pada tanggal 13 Maret 1963. Selain itu juga ada ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral No. 4/Kep/MUBS/63 pada tanggal 14 Maret 1963 di Gedung Bapindo yang beralamat di Jalan Pahlawan No.3 Semarang yang dijadikan sebagai kantor pusat.⁵⁴

Melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No.3 Tahun 1969 Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah dijadikan sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Kemudian berubah menjadi Perusahaan Daerah (Perusda) melalui Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No.1 Tahun 1993, pada akhirnya dengan keluarnya Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah No.6 Tahun 1998 dan Akta Pendirian No.1 Tanggal 1 Mei 1999 kemudian disahkan oleh Keputusan Menteri Kehakiman Replubik Indonesia No.C2.8223.HT.01.01 Tahun 1999 pada tanggal 15 Mei 1999, lalu kemudian Bank kemudian berubah menjadi Perseoran Terbatas. PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah memulai Program Rekapitalisasi Perbankan pada tanggal 7 Mei 1999 dan baru selesai pada 7 Mei 2005 pada saat ini juga PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah membeli kembali kepemilikan saham yang dimiliki Pemerintah Pusat oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Kota/Kabupaten Se-Jawa Tengah.⁵⁵

Setelah terlepas dari program rekapitalisasi, manajemen bank mengubah logo dan nama sebutan (*callname*) yang menjadi ciri tersendiri

⁵⁴ Sejarah Bank Jateng, diakses dari www.bankjateng.co.id, pada tanggal 20 Januari 2020 pukul 19.04.

⁵⁵ *Ibid.*

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah demi meningkatkan pandangan positif perusahaan. Nama sebutan (*callname*) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah yang awalnya adalah Bank BPD Jateng menjadi Bank Jateng berdasarkan Akta Perubahan Anggaran Dasar No.68 Tanggal 7 Mei 2005 juga Notaris Prof. DR. Liliana Tedjosaputro dan Surat Keputusan Menteri Hukum dan HAM No.C.17331HT.01.04.TH.2005 yang terbit pada tanggal 22 Juni 2005.⁵⁶

Ciri khas identitas Bank Jateng adalah bentuk “Sinar Matahari” yang digambarkan pada logo bank tersebut, hal ini dikarenakan matahari merupakan sumber kehidupan dan cahaya penuntun untuk Bank Jateng dalam menjalankan bisnis dan memajukan pola berpikir juga untuk pembaruan lingkungan perusahaan. Selain itu, sinar matahari memancarkan kebersamaan dan melambangkan kesejahteraan bank termasuk semua pihak yang ada didalamnya. Pancaran sinarnya sangatlah luas hingga ke pelosok daerah, keberadaannya setiap hari melambangkan komitmen, kekuatan, kebanggaan, dan integritas yang kekal dan abadi.⁵⁷

Guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan produk dan jasa dengan sistem perbankan berbasis syariah, maka Bank Jateng menciptakan Unit Usaha Syariah (UUS) yang bernama Bank Jateng Syariah. Unit ini resmi dibuka pada 26 April 2008, kantor pusat dari Bank Jateng Syariah berada di Gedung Grinatha Lt.4, Jl. Pemuda No.142, Semarang. Kantor cabang pertama dari Bank Jateng Syariah dioperasikan pada tanggal 21 Mei 2008 yang bertempat di Jl. Slamet Riyadi No.236, Surakarta.⁵⁸

Hingga tahun 2019, Bank Jateng Syariah sudah mengoperasikan sebanyak 5 Kantor Cabang Syariah, 14 KCPS, 8 Kantor Kas Syariah, 131 Layanan Syariah (*Office Chanelling*) di seluruh wilayah Jawa Tengah. Sedangkan ATM Syariah sendiri belum ada dan masih bergabung dengan

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Sukismiati selaku kasi SDM dan Umum Bank Jateng Kantor Cabang Syariah Semarang, pada tanggal 12 Maret 2020.

⁵⁸ www.bankjateng.co.id, *Loc.Cit.*

ATM Bank Jateng Konvensional.⁵⁹ Selain melalui ATM, nasabah Bank Jateng Syariah bisa melakukan kegiatan tarik-setor rekening tabungan di seluruh Kantor Cabang, KCPS, maupun Kantor Kas di seluruh Jawa Tengah. Ada juga beragam produk dan jasa keuangan perbankan yang dioperasionalkan dengan prinsip syariah baik dalam produk pembiayaan maupun jasa lainnya.⁶⁰

2. Visi dan Misi Bank Jateng⁶¹

Visi:

Bank terpercaya menjadi kebanggaan masyarakat mampu menunjang pembangunan daerah.

Misi:

1. Memberi layanan prima didukung oleh kehandalan SDM dengan teknologi modern serta jaringan yang luas.
2. Membangun budaya bank dan mempertahankan bank sehat.
3. Mendukung pertumbuhan ekonomi regional dengan mengutamakan kegiatan retail banking.
4. Meningkatkan kontribusi dan komitmen pemilik guna memperkokoh bank.

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Gayuh Angkoso selaku K.A Unit Pelayanan Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 13 Februari 2020.

⁶⁰ www.bankjateng.co.id, *Loc.Cit.*

⁶¹ Korporasiana, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah, diakses dari http://annualreport.id/perusahaan/PT_BANK_PEMBANGUNAN_DAERAH_JAWA_TENGAH, pada tanggal 20 Januari 2020 pukul 19.54.

3. Visi Misi Bank Jateng Syariah⁶²

Visi:

Menjadi bank syariah yang terpercaya dan menjadi kebanggaan masyarakat.

Misi:

1. Memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perolehan laba Bank Jateng.
2. Menyediakan produk-produk dan jasa perbankan syariah dengan layanan prima untuk memberikan kepuasan dan nilai tambah bagi nasabah dan masyarakat sehingga mampu menggerakkan sektor riil sebagai pilar pertumbuhan ekonomi regional.
3. Menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk membangun sinergi dalam pengembangan bisnis.
4. Memberikan peluang dan dorongan bagi seluruh karyawan dengan mengembangkan seluruh potensi dirinya untuk kesejahteraan diri dan keluarganya, nasabah serta masyarakat pada umumnya.

4. Nilai-nilai Budaya Kerja Bank Jateng⁶³

“PRINSIP”

- **PR**ofesional: menjalankan pekerjaan dengan penuh komitmen dan tanggungjawab demi memberikan hasil yang terbaik.
- **IN**tegritas: bersifat jujur dan sesuai dengan standar etika.
- inova**SI**: mempunyai ide kreatif, memiliki gagasan, serta melakukan perubahan guna pengembangan perusahaan.
- ke**Pem**impinan: memberikan motivasi agar tercapai tujuan dan menjadi teladan dalam setiap perilaku.

B. Struktur Organisasi Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

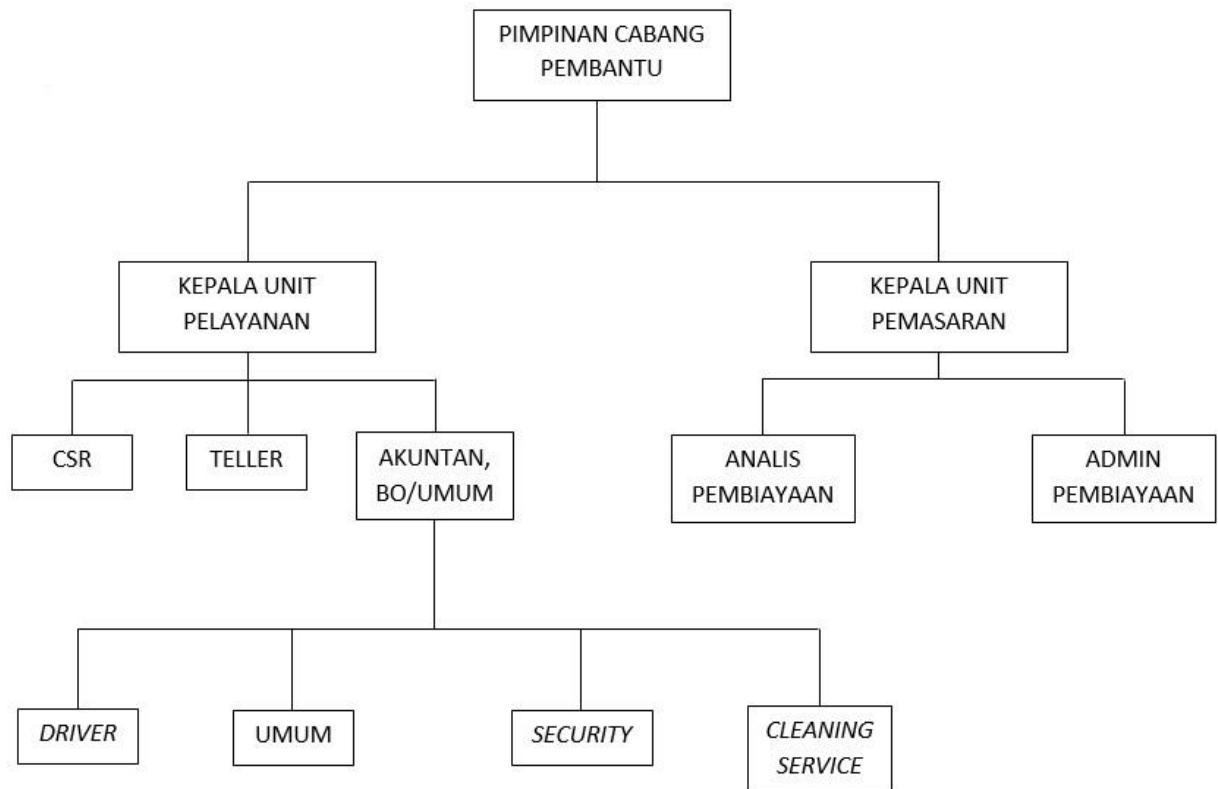
⁶² Bank Jateng Syariah KCP Semarang Barat, Visi dan Misi Bank Jateng Syariah, diakses dari <http://bankjatengsyariahsamarangbarat.blogspot.com/2013/01/visi-misi-bank-jateng-syariah.html>, pada tanggal 29 Februari 2020 pukul 18.00.

⁶³ Jordan Smith, Bank Jateng, diakses dari www.daftarbankindo.web.id/bank-jateng/, pada tanggal 12 Maret 2020 pukul 20.02.

1. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI⁶⁴

BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT



Keterangan:

- | | |
|--------------------------|--|
| a. Pimpinan KCPS | : Aris Pandan Setiawan |
| b. Kepala Unit Pelayanan | : Gayuh Angkoso |
| c. Kepala Unit Pemasaran | : Ellam Wijaya Danawangsa |
| d. CSR | : Marchananda Diva E |
| e. Teller | : Damara Rahma Defiana Rizki |
| f. Akuntan, BO/Umum | : Arya Maman Putra |
| g. Analis Pembiayaan | : a. Medina Putri A.A
b. Khofiyyan Nisa |
| h. Admin Pembiayaan | : Tri Atmo Suseno |
| i. <i>Driver</i> | : Rommy Adhi S |

⁶⁴ Struktur Organisasi Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat Bulan Maret 2020.

- j. Umum : Djati Saron
- k. *Security* : a. Agus Prasetyo
b. Burhanudin
c. Setiawan
- l. *Cleaning Service* : Bagus Irawan

2. Uraian Tugas

Adapun uraian tugas pegawai Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat:⁶⁵

1. Pimpinan KCPS

Tugas dari PimCaPem Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Mengatur serta mengawasi Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan (RKAT) di KCPS sesuai dengan peraturan.
- b. Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan pelayanan syariah di KCPS.
- c. Memantau kegiatan pembiayaan di unit pemasaran.
- d. Menetapkan target pencapaian di KCPS.
- e. Mengevaluasi kinerja pelayanan dan pemasaran di KCPS.

2. Kepala Unit Pelayanan

Tugasnya sebagai berikut:

- a. Memastikan bahwa pelayanan di KCPS berjalan dengan baik.
- b. Mengevaluasi kegiatan harian yang terjadi di wilayah pelayanan.
- c. Melakukan *dropping* dan melakukan pengisian uang di atm.
- d. Memantau jumlah uang yang ada di kas besar.

⁶⁵ *Job Manual Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat 2018.*

3. Kepala Unit Pemasaran

Tugasnya sebagai berikut:

- a. Mengorganisasikan dan mengevaluasi kegiatan pemasaran di KCPS.
- b. Mengorganisasika kegiatan pengawasan dan penyelesaian pembiayaan di KCPS.
- c. Melakukan survey ke tempat nasabah yang dijadikan agunan.

4. Customer Service

Tugasnya sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi secara detail mengenai produk simpanan.
- b. Melayani nasabah yang ingin melakukan pembujaan rekening.
- c. Membantu pelayanan rekening koran.
- d. Melayani permasalahan nasabah seperti ATM tertelan.

5. Teller

Tugas dari Teller adalah sebagai berikut:

- a. Melayani nasabah yang akan setor maupun tarik di unit KCPS.
- b. Membuat laporan arus kas harian.
- c. Melakukan verifikasi trasaksi harian.
- d. Menginput data setiap *dropping*.

6. Akuntan, BO/Umum

Tugas dari Akuntan, BO/Umum adalah sebagai berikut:

- a. Melaporkan transaksi harian maupun bulanan ke server.
- b. Memverifikasi setiap pencairan deposito.
- c. Melakukan verifikasi transaksi yang telah dilakukan oleh *teller*.
- d. Membuat no surat keluar dan masuk.

7. Analis Pembiayaan

Tugas dari Analis Pembiayaan adalah sebagai berikut:

- a. Menilai kelayakan pembiayaan dari nasabah yang ada.
- b. Memeriksa transaksi keuangan dan riwayat pembiayaan nasabah.
- c. Menganalisis 5P (*Personality, Purpose, Prospect, Payment, Party*) untuk penyaluran pembiayaan tepat guna.
- d. Melakukan survei terhadap apa yang dijadikan jaminan oleh nasabah.

8. Admin Pembiayaan

Tugas dari Admin Pembiayaan adalah sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan proses pencairan pembiayaan.
- b. Melakukan penutupan asuransi dan membantu klaim asuransi.
- c. Melakukan penyimpanan dokumen dan data.
- d. Membuat beberapa laporan yang memuat jatuh tempo pembiayaan dan laporan realisasi pembiayaa.

C. Legalitas Usaha

Nama Perusahaan	: PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah
Nama Panggilan	: Bank Jateng
Kantor Pusat	: Jl. Pemuda No. 142 Semarang
Telepon	: (024) 3547541 (5 saluran) (024) 3554025 (15 saluran)
Website	: www.bankjateng.co.id
Didirikan	: 6 April 1963
Pemilik	: -Pemerintah Provinsi Jawa Tengah -Pemerintah Kabupaten dan Kota Se-Jawa Tengah
No Ijin Usaha	: No. 4/Kep/MUBS/63

D. Produk-produk Bank Jateng Syariah

1. Produk Penghimpunan Dana⁶⁶

a. Deposito iB Bank Jateng

Produk yang berbentuk penyimpanan sejumlah dana yang memiliki jangka waktu tertentu.

Fitur produk:

- 1) Akad: *Mudharabah Mutlaqah*.
- 2) Setoran pertama: Rp1.000.000,00
- 3) Batas waktu: 1, 3, 6, 12, dan 24 Bulan.
- 4) Ditujukan bagi pribadi atau perusahaan.
- 5) Perpanjangan otomatis ketika jatuh tempo (*automatic roll over*) ARO dan ARO plus.

Syarat pembukaan:

- 1) Melengkapi form buka rekening.
- 2) Fotocopy bukti identitas diri/KTP pemegang rekening.
- 3) Fotocopy legalitas usaha dan NPWP (untuk badan usaha).

b. Giro iB Bank Jateng

Rekening dengan mata uang rupiah memiliki kelebihan yaitu mudah transaksi keuangan dengan cek dan bilyet giro.

Fitur produk:

- 1) Akad: Wadi'ah (titipan)
- 2) Minimal setoran pertama:
 - Giro pemerintah pusat/daerah/instansi tidak ada setoran pertama
 - Giro kas daerah: Rp500.000,00
 - Giro swasta: Rp1.000.000,00
 - Giro antar bank pasiva: Rp500.000,00
- 3) Biaya administrasi per bulan Rp10.000,00
- 4) Biaya tutup rekening Rp50.000,00

⁶⁶ Brosur Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

Syarat pembukaan:

- 1) Melengkapi form buka rekening.
- 2) Fotocopy bukti identitas diri/KTP pemegang rekening.
- 3) Fotocopy legalitas usaha.

c. iB Tabungan Haji

Tabungan untuk persiapan melaksanakan ibadah haji.

Fitur produk:

- 1) Akad: *Wadi'ah yad dhamanah*
- 2) Setoran pertama: $\geq \text{Rp}500.000,00$
- 3) Setoran berikutnya: $\geq \text{Rp}100.000,00$
- 4) Saldo yang mengendap: $\text{Rp}100.000,00$
- 5) Biaya administrasi bulanan: $\text{Rp}0$
- 6) Biaya administrasi penutupan rekening karena pelunasan BPIH: $\text{Rp}0$

Syarat pembukaan:

- 1) Melampirkan fotocopy kartu identitas yang masih berlaku.

d. iB Simpel

Simpanan pelajar (iB Simpel) adalah salah satu produk tabungan yang dikhususkan bagi siswa sekolah guna mendorong minat menabung sejak dini.

Fitur produk:

- 1) Akad: *Wadi'ah yad dhamanah*.
- 2) Ditujukan kepada siswa PAUD, TK, SD/MI, SMP/MTs, SMK/SMA/MA.
- 3) Minimal setoran awal, saldo mengendap, setoran selanjutnya, dan penutupan rekening: $\text{Rp}1.000,00$.

Syarat pembukaan:

- 1) Siswa PAUD, TK, SD/MI, SMP/MTs, SMK/SMA/MA.
- 2) Usia dibawah 17 Tahun.

- 3) Belum memiliki KTP.
- 4) Belum memiliki tabungan simpel di Bank Jateng.

e. Tabungan iB Amanah

Tabungan yang menerapkan akad *wadiah yad dhamanah* dimana memiliki keunggulan yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi.

Fitur produk:

- 1) Akad: *Wadi'ah yad dhamanah*.
- 2) Setoran pertama: \geq Rp50.000,00
- 3) Setoran berikutnya: \geq Rp10.000,00
- 4) Saldo yang mengendap: Rp50.000,00
- 5) Biaya administrasi rekening per bulan: Rp0
- 6) Biaya administrasi ATM per bulan: Rp3.000,00
- 7) Administrasi penutupan rekening: Rp10.000,00

Syarat pembuatan:

- 1) Melengkapi form buka rekening.
- 2) Fotocopy bukti identitas diri/KTP.
- 3) Fotocopy legalitas usaha dan NPWP.

f. Tabungan iB Bima

Tabungan dengan penerapan akad *mudharabah mutlaqah* dimana memiliki keunggulan yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi.

Fitur produk:

- 1) Akad: *Mudharabah Mutlaqah*
- 2) Setoran pertama: \geq Rp50.000,00
- 3) Setoran berikutnya: \geq Rp10.000,00
- 4) Saldo yang mengendap: Rp50.000,00
- 5) Biaya admin rekening per bulan: Rp2.500,00
- 6) Biaya admin ATM per bulan: Rp3.000,00
- 7) Administrasi penutupan rekening: Rp10.000,00

Syarat pembukaan:

- 1) Melengkapi form buka rekening.
- 2) Bagi kebutuhan pribadi menyertakan fotocopy KTP.
- 3) Bagi badan usaha/lembaga:
 - Fotocopy akta pendirian atau anggaran dasar dan pengesahan sebagai badan hukum atau perusahaan dan akte perubahan jika ada dengan menunjukkan aslinya.
 - Fotocopy KTP dari bagian pengurus yang mewakili badan atau perusahaan dengan menunjukkan data aslinya.

2. Produk Pembiayaan⁶⁷

a. iB Griya

Suatu produk pembiayaan yang menerapkan akad *murabahah* atau *istishna* guna memenuhi kebutuhan kepemilikan tempat tinggal.

Keunggulan:

- 1) Tidak terdapat batasan pembiayaan.
- 2) Jangka waktu pembiayaan sampai 15 tahun.
- 3) Angsuran tetap dan konstan selama jangka waktu pembiayaan.
- 4) Uang muka 20% untuk pembelian bangunan dengan luas hingga 70m². Tidak dibebankan uang muka dalam melakukan pembelian material atau pendirian bangunan.
- 5) Mengadakan bermacam kebutuhan untuk tempat tinggal.
- 6) Bebas dalam menentukan lokasi, dapat di perumahan atau luar perumahan.
- 7) Jaminan dapat berupa obyek yang dibiayai, atau dengan kuasa potong pendapatan khusus bagi karyawan dan anggota TNI/Polri.
- 8) Sumber pendapatan dapat *Joint Income*.

⁶⁷ Jurnal SOP Bank Jateng Syariah tahun 2016.

b. iB Multiguna

Sebuah produk pembiayaan yang digunakan guna membiayai pembelian barang konsumtif nasabah yang tidak menentang dari ajaran Islam.

Keunggulan:

- 1) Plafond pembiayaan paling banyak Rp500.000.000,00 atau disesuaikan dengan kemampuan nasabah.
- 2) Jangka waktu pembiayaan hingga mencapai 5 atau 10 tahun jika cicilan dilakukan menggunakan sistem potong upah oleh bendahara.
- 3) Angsuran tetap dan konstan selama jangka waktu pembiayaan.
- 4) Uang muka senilai 20% dari harga barang.
- 5) Angsuran yang digunakan berupa jaminan tunai, fisik, atau pembiayaan dengan potongan gaji.

c. iB Modal Kerja

iB Modal Kerja merupakan produk pembiayaan di Bank Jateng Syariah dengan motto “bersama membangun dan mengembangkan usaha anda”. Pembiayaan ini menerapkan akad *murabahah*, *musyarakah*, *mudharabah*, untuk kebutuhan usaha.

Keunggulan:

- 1) Batas pembiayaan disesuaikan kebutuhan usaha nasabah.
- 2) Jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.
- 3) Cicilan dan bagi hasil terhitung ringan.
- 4) Pemohon pembiayaan dapat berasal dari badan usaha seperti: PT, yayasan, koperasi, BUMD, BUMN, CV, UD, dan perorangan.

Syarat dan ketentuan:

- 1) Memiliki legalitas usaha (Surat Izin Usaha Perdagangan, Surat Izin Tempat Usaha, Tanda Daftar Perusahaan) dan Nomor Pokok Wajib Pajak.

- 2) Memiliki ijin legal pembuatan usaha dan perijinan sesuai dengan aktivitas usaha.
- 3) Tidak tercantum dalam *black list* Bank Indonesia.
- 4) Mencantumkan laporan finansial 2 tahun terakhir.

d. iB Bima Emas

iB Bima Emas adalah pembiayaan di Bank Jateng Syariah dengan slogan “pembiayaan iB membimbing masyarakat menabung emas dengan menggunakan akad murabahah”.

Keunggulan:

- 1) Proses mudah dan cepat.
- 2) Biaya administrasi cukup rendah.
- 3) Jumlah nominal pembiayaan terbesar iB Bima Emas Rp112.500.000,00.
- 4) Jangka waktu menyelesaikan pembiayaan maksimal 5 tahun.
- 5) Uang muka mulai dari 20% dari harga emas.

e. iB Koperasi Jasa Keuangan Syariah

iB KJKS merupakan suatu produk pembiayaan dengan menggunakan akad *mudharabah* guna membantu KJKS dalam melaksanakan usahanya.

Keunggulan:

- 1) Batas pembiayaan hingga sepuluh kali lipat dari modal koperasi.
- 2) Jangka waktu hingga 5 tahun.
- 3) Jaminan berupa *cessie* piutang, dan aset minimal 10% dari nominal pembiayaan.
- 4) Persyaratannya mudah.

f. iB Kopkar

iB Kopkar adalah suatu produk pembiayaan yang menggunakan akad *mudharabah* yang nantinya diberikan kepada koperasi karyawan.

Keunggulan:

- 1) Jangka waktu paling lama 5 tahun.
- 2) Angsuran terhitung ringan.
- 3) Tidak adanya uang muka.
- 4) Tidak menggunakan jaminan.

g. iB Modal Kerja BPRS

iB Modal Kerja BPRS merupakan suatu produk pembiayaan yang menggunakan akad *mudharabah* guna membantu BPRS.

Keunggulan:

- 1) Batas pembiayaan hingga dua belas kali lipat dari modal yang dibutuhkan.
- 2) Jangka waktu pembiayaan hingga 15 tahun.

h. iB Pembiayaan Umroh

iB Pembiayaan Umroh adalah suatu produk pembiayaan dengan akad ijarah guna melunasi biaya dalam perjalanan umroh.

Keunggulan:

- 1) Besarnya pembiayaan hingga 90% dari biaya perjalanan umroh.
- 2) Jangka waktu maksimal 60 bulan.
- 3) Dapat memilih sendiri biro travel umroh yang menjadi rekanan Bank Jateng Syariah.
- 4) Dapat diajukan untuk biaya perjalanan umroh bagi kerabat atau saudara.
- 5) Angsurannya ringan.

i. iB Rahn Emas

iB Rahn Emas adalah pembiayaan menggunakan akad *qardh* guna memenuhi kebutuhan nasabah dengan jaminan emas.

Keunggulan:

- 1) Proses cepat dan mudah.

- 2) Biaya administrasi yang terjangkau.
- 3) Setiap nasabah mendapat nilai peminjaman mulai Rp500.000,00- Rp250.000.000,00.
- 4) Jangka waktu pembiayaan 120 hari kalender.
- 5) Biaya untuk pemeliharaan sangat ringan dihitung secara harian.
- 6) Dapat asuransi gratis.

j. iB Investasi

iB Investasi adalah suatu produk pembiayaan yang menggunakan adad *istishna* atau *murabahah* guna mendapatkan barang investaris yang menjadi pendukung usaha nasabah.

Keunggulan:

- 1) Jumlah nominal pembiayaan tergantung kebutuhan nasabah.
- 2) Jangka waktu pembiayaan yang diberikan:
 - i. Pembelian atau pembangunan gedung (ruko, pabrik, dan gudang): hingga 15 tahun.
 - ii. Pembelian kendaraan roda empat atau lebih dan peralatan usaha : hingga 8 tahun.
 - iii. Pembelian kendaraan roda dua atau tiga dan barang elektronik : hingga 4 tahun.
- 3) Cicilan ringan, dan produk pembiayaan bisa dibayarkan dengan jangka waktu bulanan, triwulanan, atau semesteran.
- 4) Uang muka sebesar 20%.
- 5) Pemohon pembiayaan dapat berupa badan usaha seperti: PT, Koperasi, Yayasan, BUMN, CV, BUMD, perorangan, dan UD.

3. Produk Layanan⁶⁸

a. RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

RTGS adalah suatu penyelesaian transaksi pembayaran yang memiliki sifat *real time* yang diselenggarakan oleh BI, dan rekening dari peserta kliring tersebut bisa didebet atau pun dikredit beberapa kali dalam sehari.

Ketentuan umum dari RTGS:

- 1) Dapat diproses di seluruh KC ataupun KCP/KCPS Bank Jateng.
- 2) Menyertakan data yang jelas.

b. Bank Garansi

Bank Garansi merupakan penjaminan pembayaran dari bank ke penerima jaminan dan jika tidak memenuhi kewajibannya maka kewajibannya akan dibayarkan oleh pihak bank.

Ketentuan Bank Garansi:

- 1) Dapat diproses di seluruh KC ataupun KCP/KCPS Bank Jateng.
- 2) Memiliki proyek pekerjaan atau pengadaan yang legal.
- 3) Memiliki rekening giro atau tabungan Bank Jateng Syariah.

c. Transfer

Transfer adalah proses pengiriman sejumlah dana berasal rekening satu rekening lainnya.

Ketentuan Transfer:

- 1) Dapat diproses di seluruh KC ataupun KCP/KCPS Bank Jateng.
- 2) Menyertakan dokumentasi yang jelas.
- 3) Memiliki rekening giro atau tabungan Bank Jateng.

⁶⁸ *Ibid.*

d. Kliring

Kliring adalah fasilitas dari bank untuk menghitung warkat antar bank guna melancarkan transaksi giro dalam satu wilayah kliring.

Ketentuan Kliring:

- 1) Dapat diproses pada semua KC ataupun KCP/KCPS Bank Jateng.
- 2) Menyertakan dokumentasi yang jelas.
- 3) Memiliki rekening giro atau tabungan Bank Jateng.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Implementasi *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

Di Indonesia, dunia perbankan mengalami peningkatan yang cukup pesat tidak hanya Bank Konvensional saja tetapi Bank Syariah pun mulai menunjukkan keunggulannya. Dengan adanya peningkatan inilah terjadi persaingan antar bank. Tidak hanya antara Bank Konvensional dan Bank Syariah saja tetapi antar Bank Syariah dan antar Bank Konvensional juga muncul persaingan. Hal tersebut dikarenakan setiap bank ingin meningkatkan mutu pelayanan yang terbaik kepada masyarakat berupa pelayanan produk dan jasa mereka. Setiap bank pasti ingin mempertahankan nasabahnya bahkan ingin meningkatkannya. Salah satu cara meningkatkan nasabah dengan cara menarik calon nasabah baru dengan menciptakan berbagai produk dan jasa yang berkualitas lalu mengenalkannya kepada masyarakat dalam strategi pemasaran yang efektif guna mencapai target perusahaan terutama untuk meningkatkan laba perusahaan tersebut. Setelah strategi pemasaran ditetapkan maka bank diharapkan guna menerapkan serta membuat rencana dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari unsur *product, place, price, promotion, people, process, physical evidence*.

Salah satu Bank Syariah yang sedang berkembang di Indonesia terutama di Jawa Tengah adalah Bank Jateng Syariah. Sebagai salah satu Unit Usaha Syariah, Bank Jateng Syariah pasti menerapkan *marketing mix* untuk mempertahankan nasabah lama maupun menarik calon nasabah yang baru untuk menikmati berbagai barang dan jasa perbankan yang disediakan di Bank Jateng Syariah terutama di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat. Perbedaan konsep dalam bisnis merupakan salah satu strategi *marketing mix*, sebab konsep yang berbeda akan menarik perhatian bagi calon nasabah.⁶⁹

⁶⁹ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 169.

Produk yang diminati masyarakat dari segi pembiayaan di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat adalah produk pembiayaan iB Multiguna.

Adapun implementasi dari *marketing mix* pada produk pembiayaan iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat sebagai berikut:

1. Produk (*product*)

Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah suatu hal yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan masyarakat.⁷⁰ Dalam *marketing mix*, unsur yang sangat penting adalah produk. Dimana produk merupakan sebuah barang yang ditawarkan dalam kegiatan penjualan.

Dalam hal ini, salah satu dari beberapa produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh Bank Jateng Syariah yaitu produk pembiayaan iB Multiguna yang menerapkan akad *murabahah*.⁷¹ iB Multiguna yaitu salah satu produk pembiayaan yang menerapkan prinsip *murabahah bil wakalah* dalam pembiayaan kebutuhan yang bersifat konsumtif. Akad *murabahah* adalah perjanjian yang telah disepakati dengan prinsip jual beli dimana dalam akad tersebut disertakan harga awal dan sejumlah margin yang disetujui oleh nasabah dan bank. Sedangkan *murabahah wal wakalah* adalah akad jual beli dimana pihak bank mewakili pembelian produk kepada nasabah.⁷²

Menurut hasil wawancara, diungkapkan produk adalah hal yang terpenting dalam penjualan dan produk juga merupakan perhatian utama yang masyarakat perhatikan ketika ingin mencari pembiayaan di Bank Syariah. Di dunia perbankan syariah, produk yang ditawarkan semuanya harus sesuai dengan syariat Islam dan harus memiliki manfaat bagi nasabah. Produk yang ditawarkan di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat sudah memiliki mutu dan daya tarik yang baik dibuktikan dengan banyaknya nasabah baru sebanyak 90 orang (periode bulan Januari-Maret

⁷⁰ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Loc.Cit.*

⁷¹ Wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 29 Januari 2020.

⁷² Ismail, *Op.Cit.*, h. 194.

2020) yang mengajukan pembiayaan di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat terutama produk pembiayaan iB Multiguna.⁷³

2. Harga (*price*)

Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian dari harga yaitu beberapa jumlah dana yang ditagihkan atas suatu barang ataupun jasa kepada konsumen.⁷⁴ Dalam dunia perbankan, harga dapat berupa administrasi dan saldo minimum. Harga adalah salah satu komponen *marketing mix* yang diterapkan oleh bank guna memenuhi target pemasarannya. Dalam menetapkan harga, perlu disesuaikan dengan model produk, pendistribusian, dan pemasaran. Bank biasanya menetapkan harga dahulu kemudian menjadikan dasar untuk menetapkan *budget* dalam penerapan elemen *marketing mix* lainnya.⁷⁵

Menurut hasil wawancara, diungkapkan jika harga mempengaruhi penjualan dalam produk yang ditawarkan. Pembiayaan iB Multiguna di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat menggunakan margin 12% per tahun dengan plafond pembiayaan paling besar Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan untuk bagian tertentu seperti PNS, TNI, POLRI, Anggota DPRD plafond pembiayaan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar). Disebutkan juga biasanya ada penawaran menarik diakhir tahun seperti akhir tahun 2019 lalu dimana Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat memberikan penawaran margin sebesar 11% per tahun (syarat dan ketentuan berlaku).⁷⁶

3. Tempat (*place*)

Tempat adalah sebuah instrumen terjadinya proses interaksi jual beli terhadap barang maupun jasa yang telah disediakan oleh bank atau

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Loc. Cit.*

⁷⁵ Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 110.

⁷⁶ Wawancara dengan Bapak Tri Atmo Suseno selaku Admin Pembiayaan Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 1 Februari 2020.

perusahaan. Dalam dunia perbankan, tempat atau lokasi berperan penting terhadap jalannya sebuah usaha karena hal ini menentukan kesuksesan bagi pemasaran produk tersebut. Menentukan tempat untuk sebuah usaha, sebaiknya disesuaikan dengan jenis usaha yang akan dibuat karena jika tidak pandai dalam menentukan lokasi yang strategis maka usaha yang akan didirikan belum tentu dapat berjalan dengan lancar.⁷⁷

Menurut hasil wawancara, diungkapkan jika lokasi Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat sudah strategis karena terletak di Jalan Prof. Dr. Hamka Nomor 100, Tambak Aji, Ngaliyan, Semarang. Selain lokasi yang strategis Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat juga memiliki kantor yang nyaman, rapi dan tenang. Lokasinya pun mudah dijangkau oleh masyarakat karena terletak di jalan utama sehingga membuat masyarakat mudah dalam menuju lokasi tersebut. Terbukti dengan, Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dikunjungi oleh rata-rata 15 orang per hari untuk menanyakan tentang produk iB multiguna ataupun mengajukan pembiayaan iB multiguna.⁷⁸

4. Promotion (*promotion*)

Promosi adalah suatu bentuk persuasi langsung dengan menggunakan berbagai macam cara atau media yang dapat diatur untuk meningkatkan kuantitas pembelian barang maupun jasa oleh pelanggan.⁷⁹ Melalui promosi, Bank dapat mengenalkan produknya kepada masyarakat dengan cara menginformasikan berbagai macam produk yang ada dan mengusahakan untuk menarik minat dari calon nasabah baru. Tanpa adanya promosi maka bank belum tentu akan dikenal oleh masyarakat luas.

⁷⁷ Anugrah Perdana, Abdul Hamid, Arqam, "*Implementasi Marketing Mix dalam Tabungan Barata iB Bank BTN Syariah KCPS Parepare*". Jurnal Banco Vol.1, 2019, h. 103.

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 29 Januari 2020.

⁷⁹ F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Tiga, (Jakarta: Andi, 2008), h. 229.

Menurut hasil wawancara, diungkapkan jika promosi dari produk pembiayaan iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dilakukan menggunakan brosur dengan cara membagikannya ketika Bank Jateng Syariah terlibat dalam suatu acara seperti saat acara perlombaan fashion show yang dilakukan di mall ciputra, dikarenakan pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat tidak memiliki *sales* atau *marketing* yang melakukan promosi produk secara *door to door*. Selain itu, untuk memasarkan produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat juga memanfaatkan kepuasan nasabah untuk mengenalkan produk kepada orang lain, promosi pemberian hadiah terhadap acara-acara tertentu seperti saat dies natalis UIN Walisongo Semarang, melakukan *telemarketing* setiap harinya, serta *job fair* dan *Jateng fair* yang disponsori oleh Bank Jateng Syariah. Selain itu brosur juga bisa didapatkan melalui analisis pembiayaan yang ada di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.⁸⁰

Brosur iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

DAFTAR ANGSURAN iB MULTIGUNA / iB MODAL KERJA (INDIVIDU UMUM)

BANK JATENG SYARIAH CABANG PEMBANTU SEMARANG BARAT

PLAFON	12	24	36	48	60
10.000.000	899.255	476.482	316.925	225.793	124.127
15.000.000	1.348.464	674.218	444.438	308.160	177.387
20.000.000	1.798.473	902.904	572.590	371.764	204.817
25.000.000	2.248.591	1.131.137	700.703	445.983	242.127
30.000.000	2.698.709	1.359.370	828.815	519.198	279.436
35.000.000	3.148.827	1.587.603	956.927	592.413	316.745
40.000.000	3.598.945	1.815.836	1.085.039	665.628	354.054
45.000.000	4.049.063	2.044.069	1.213.151	738.843	391.363
50.000.000	4.499.181	2.272.302	1.341.263	812.058	428.672
55.000.000	4.949.299	2.500.535	1.469.375	885.273	465.981
60.000.000	5.399.417	2.728.768	1.597.487	958.488	503.290
65.000.000	5.849.535	2.957.001	1.725.599	1.031.703	540.599
70.000.000	6.299.653	3.185.234	1.853.711	1.104.918	577.908
75.000.000	6.749.771	3.413.467	1.981.823	1.178.133	615.217
80.000.000	7.199.889	3.641.700	2.109.935	1.251.348	652.526
85.000.000	7.649.907	3.869.933	2.238.047	1.324.563	689.835
90.000.000	8.099.925	4.098.166	2.366.159	1.397.778	727.144
95.000.000	8.549.943	4.326.399	2.494.271	1.470.993	764.453
100.000.000	8.999.961	4.554.632	2.622.383	1.544.208	801.762
105.000.000	9.449.979	4.782.865	2.750.495	1.617.423	839.071
110.000.000	9.899.997	5.011.098	2.878.607	1.690.638	876.380
115.000.000	10.349.915	5.239.331	3.006.719	1.763.853	913.689
120.000.000	10.799.933	5.467.564	3.134.831	1.837.068	950.998
125.000.000	11.249.951	5.695.797	3.262.943	1.910.283	988.307
130.000.000	11.699.969	5.924.030	3.391.055	1.983.498	1.025.616
135.000.000	12.149.987	6.152.263	3.519.167	2.056.713	1.062.925
140.000.000	12.599.905	6.380.496	3.647.279	2.129.928	1.100.234
145.000.000	13.049.923	6.608.729	3.775.391	2.203.143	1.137.543
150.000.000	13.499.941	6.836.962	3.903.503	2.276.358	1.174.852

Syarat Umum

- Foto 4 X 6 Suami Istri
- Copy KTP Suami Istri pemohon
- Copy KK Terbaru Dan Surat Nikah
- Copy NPWP +100 IT

WARRANTA

- SIP, TDP, NPWP, Akte Pendirian
- Lap Prodi/Not 2 Tahun terakhir dan Bin Terakhir
- Nota 2 Pendaftaran Penjualan 3 Bin Terakhir
- Mox Angsuran/Bulan 50% dari laba penjualan
- Mox jangka Waktu 5 Tahun
- Copy Sertifikat Obyek Jaminan
- Copy KTP KK & Surat Nikah Pemilik Obyek
- Copy Rekening Tabungan 3 Bin Terakhir
- Copy Rekening PASI dan Listrik
- Copy IMB dan PBB Terakhir

Ket Lebih Lanjut Hubungi Kantor Kami di 024-76632556 atau Sdr. Eham Wijaya (08812406141)

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Khofiyyannisa selaku Analis Pembiayaan Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 30 Januari 2020.

5. Orang (*people*)

Orang adalah instrumen yang memiliki ketrampilan dan sikap positif untuk berinteraksi dengan nasabah.⁸¹ Orang adalah pihak yang terlibat pada pelayanan dan memengaruhi pandangan konsumen yang ada dalam lingkungan pelayanan.⁸²

Menurut hasil wawancara, diungkapkan jika SDM pada unit pemasaran di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat merupakan SDM profesional dengan latar belakang pendidikan Strata 1 bidang ekonomi dan sebelum ditempatkan pada unit pemasaran sudah terlebih dahulu diberikan bekal mengenai produk-produk Bank Jateng Syariah sehingga SDM pada unit pemasaran ini termasuk SDM yang unggul. Dalam pemasarannya *people* melakukan 3S yaitu senyum, salam, sapa agar memberikan kesan ramah terhadap nasabah. Selain itu peran *people* dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan cara melakukan *telemarketing* untuk mengenalkan produk iB multiguna.⁸³

6. Proses (*process*)

Proses adalah terlibatnya nasabah pada sebuah aktivitas yang ada di bank tersebut. Pada dunia perbankan, proses yaitu kegiatan saat nasabah melakukan pembukaan rekening tabungan, pencairan pembiayaan, pengurusan pencairan deposito dan giro, kecepatan dalam melayani keluhan nasabah. Kegiatan proses ini yang mendorong nasabah dalam menentukan keputusan.⁸⁴

Dari hasil wawancara, diungkapkan jika proses pembiayaan iB Multiguna pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dituntut cepat (maksimal 14 hari proses) dan teliti dalam merespon pengajuan pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah, juga saat mengobservasi

⁸¹ C. Lovelock dan K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Indeks Gramedia Group, 2011), h.48.

⁸² Kasmir, *Loc.Cit.*

⁸³ Wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 29 Januari 2020.

⁸⁴ Kasmir, *Loc.Cit.*

agunan yang diberikan nasabah agar dapat segera melakukan akad dan pencairan jika memang pengajuan tersebut disetujui. Hal ini dibuktikan dengan waktu proses pengajuan pembiayaan sampai didapatkannya hasil pengajuan paling lama 14 hari dan paling cepat 4 hari.⁸⁵

7. Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik biasanya terdapat logo atau simbol dari badan usaha, motto, sejumlah fasilitas badan usaha, pakaian atau seragam untuk karyawan, serta sejumlah jaminan perusahaan. Bukti fisik adalah bentuk nyata yang diberikan ke nasabah atau calon nasabah. Pelaku dunia perbankan selalu memerhatikan tingkat kenyamanan seluruh nasabah saat melakukan kegiatan di bank guna mempertimbangkan perasaan nyaman dalam ruang tunggu, parkir yang memadai, dan logo bank yang terlihat dari jauh. Dalam hal ini bukti fisik mempengaruhi keberhasilan bank tersebut dalam memasarkan produk dan jasanya.⁸⁶

Menurut hasil wawancara, diungkapkan jika bukti fisik pada Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat sudah sesuai dengan standar yang ditentukan. Dengan adanya logo Bank Jateng Syariah, spanduk yang terdapat di Gedung Bapenda (Badan Pendapatan Daerah) yang terletak di Jalan Pemuda No.148 Semarang, fasilitas yang memadai (seperti toilet yang bersih dan terdapat musholla), para karyawan yang menggunakan seragam rapi, dan tempat tunggu yang nyaman untuk nasabah.⁸⁷

⁸⁵ ⁸⁵ Wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 29 Januari 2020.

⁸⁶ Kasmir, *Loc.Cit.*

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng KCPS Semarang Barat pada tanggal 29 Januari 2020.

B. Hambatan Penerapan *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

Dalam mewujudkan sebuah kesuksesan dalam usaha memasarkan produk, tidak jarang menemukan adanya hambatan yang dihadapi. Pengertian hambatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah halangan atau rintangan yang dialami sehingga membuat suatu pelaksanaan tugas atau kerja tidak terlaksana secara baik.⁸⁸ Ketika perusahaan sudah mengalami hambatan dalam strategi pemasaran yang dilakukan, maka hal tersebut dapat menghambat dalam mencapai sebuah target yang telah ditentukan sebelumnya. Hambatan yang dialami pada penerapan *Marketing Mix* produk iB Multiguna antara lain:

1. Strategi promosi yang tidak langsung terjun ke lapangan dan hanya menggunakan brosur yang tersedia.

Promosi adalah suatu bentuk persuasi langsung dengan menggunakan berbagai macam cara atau media yang dapat diatur guna meningkatkan kuantitas konsumsi barang dan jasa oleh pelanggan.⁸⁹ Apabila terjadi hambatan dalam melakukan promosi maka promosi tersebut dianggap tidak berjalan dengan baik. Sebab hal tersebut dapat menghambat dalam penyampaian informasi yang dilakukan. Hambatan yang dialami Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat adalah dengan menerapkan promosi hanya dalam bentuk brosur dan memanfaatkan kepuasan nasabah untuk mengenalkan produk kepada orang lain. Dengan hanya dilakukannya promosi menggunakan dua metode tersebut dinilai kurang efektif, karena tidak terdapat interaksi *door to door* dengan calon nasabah yang menyebabkan kurangnya komunikasi yang baik dilapangan. Dalam sesi wawancara dengan Ibu Khofiyyannisa, menyatakan bahwa di Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat memang kekurangan personil lapangan terutama untuk bidang pemasaran, sehingga hal ini berpengaruh pada metode promosi yang digunakan.

⁸⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, hlm. 385.

⁸⁹ F. Tjiptono, *Loc.Cit.*

2. Kurangnya anggota dalam bagian analisis pembiayaan.

Bagian analisis pembiayaan merupakan salah satu bagian penting dalam proses persetujuan pengajuan pembiayaan oleh nasabah. Dalam beberapa waktu terjadi banyak pengajuan pembiayaan yang masuk secara bersamaan, sehingga menyebabkan ketidakefektifan kerja dan memperlambat proses analisis terhadap pengajuan pembiayaan. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil wawancara terhadap salah satu nasabah (Agung Sulistyono) yang menyatakan beliau merasa kurang puas terhadap pelayanan proses pembiayaan yang cukup lama.⁹⁰

3. Lahan parkir kurang memadai.

Lahan parkir merupakan fasilitas yang perlu diperhatikan demi menunjang kepuasan nasabah/calon nasabah terhadap pelayanan Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat. Namun pada kenyataannya, lahan parkir yang tersedia pada cabang ini sangatlah terbatas, sehingga membuat nasabah kesulitan ketika ingin datang ke Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, terutama bagi pengguna roda empat.

⁹⁰ Wawancara dengan Bapak Agung Sulistyono selaku nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat pada tanggal 25 Februari 2020.

C. Solusi dari Hambatan dalam Penerapan *Marketing Mix* pada Produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

Berdasarkan beberapa hambatan tersebut, berikut solusi yang sekiranya dapat diterapkan oleh Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat:

1. Menambah anggota dalam unit pemasaran khususnya untuk bagian lapangan.

Solusi yang dapat diberikan untuk mengurangi hambatan mengenai strategi promosi adalah dengan menambah anggota dalam unit pemasaran khususnya bagian lapangan agar dapat melakukan strategi *door to door* untuk lebih mengenalkan produk iB Multiguna pada masyarakat luas. Serta dapat menguatkan komunikasi antara pihak bank dengan pihak calon nasabah. Dengan solusi ini Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dapat memberikan informasi dan melakukan promosi dengan cakupan wilayah yang lebih besar.

2. Dapat menambah anggota analisis pembiayaan.

Solusi yang dapat diberikan untuk mengurangi hambatan mengenai ketidakefektifan dalam proses pembiayaan adalah dengan menambahkan anggota dalam bagian analisis pembiayaan sehingga dapat mempercepat proses pengajuan pembiayaan sekalipun banyak pengajuan yang masuk secara bersamaan. Sehingga dapat bekerja lebih efektif dalam memproses pengajuan yang dilakukan oleh nasabah atau calon nasabah.

3. Menambah atau mencari lahan baru untuk dimanfaatkan menjadi lahan parkir.

Solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi hambatan keterbatasan lahan parkir yang dimiliki adalah dengan mencarikannya lahan yang dapat dimanfaatkan untuk dijadikan lahan parkir baik roda dua atau roda empat. Sehingga para nasabah/calon nasabah merasa lebih puas terhadap fasilitas yang disediakan Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mengenai implementasi *marketing mix* produk iB Multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, kesimpulan yang dapat diambil antara lain:

1. Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dalam memasarkan produk pembiayaan iB Multiguna menggunakan konsep *marketing mix* 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Konsep *Marketing Mix* 7P yang dijalankan tersebut dinilai efektif untuk meningkatkan nasabah namun untuk strategi *promotion* yang telah diterapkan kurang maksimal dengan mengandalkan metode brosur dan memanfaatkan kepuasan nasabah tanpa adanya metode *door to door*. Akan tetapi tidak berarti strategi *marketing mix* yang lain tidak mempengaruhi pada proses *marketing* produk pembiayaan iB Multiguna. Jadi, strategi *marketing mix* 7P tetap diterapkan yang menghasilkan peningkatan jumlah nasabah baru dalam setiap tahunnya.
2. Hambatan yang dihadapi oleh Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dalam mengimplementasi strategi *marketing mix* pada pembiayaan iB Multiguna belum diterapkannya promosi secara *door to door* dikarenakan tidak adanya marketing lapangan, kurangnya anggota dalam unit pemasaran yang menyebabkan ketidakefektifan kerja ketika banyaknya calon nasabah yang mengajukan pembiayaan, lahan parkir yang kurang memadai bagi pengguna roda empat.
3. Solusi yang sekiranya dapat diterapkan oleh Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat dalam menangani hambatan yang terjadi adalah dengan Menambah anggota dalam unit pemasaran khususnya untuk bagian lapangan, menambah anggota pada unit pemasaran khususnya dalam analisis pembiayaan, Menambah atau mencari lahan baru untuk dimanfaatkan menjadi lahan parkir.

B. Saran

Saran yang dapat berikan sebagai sumbangsih pemikiran penulis, yaitu setelah dilakukannya implementasi *marketing mix* pada pembiayaan iB Multiguna semua komponen pada strategi *marketing mix* sudah diterapkan dengan baik, seharusnya dalam menerapkan komponen promosi bisa dilakukan dengan cara *door to door* juga sehingga peningkatan nasabah dapat naik drastis tidak hanya berasal dari nasabah MOU saja. Memberikan kepuasan kepada nasabah dengan menyediakan lahan parkir yang lebih luas lagi bagi nasabah yang menggunakan roda empat. Dalam hal harga Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat tidak cukup unggul dibandingkan bank lainnya seperti Bank BCA dimana marginnya 6% per tahun. Disini Bank Jateng Syariah perlu memberikan harga yang bersaing seperti menurunkan marginnya agar dapat bersaing dengan bank lainnya.

C. Penutup

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang memberikan rahmat-Nya hingga peneliti bisa menuntaskan penelitian dan penulisan Tugas Akhir. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penrlitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Asnawi, Nur, dan Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Bank Jateng. 2017. "Profil Bank Jateng", www.bankjateng.co.id, diakses pada 20 Januari 2020 pukul 19.04.
- Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah. 2018. Surat Keputusan No.0665/HT.01.01/2018 tentang Pembiayaan iB Multiguna. Semarang.
- Brosur Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.
- Cahyani, Putri Dwi. 2016. Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 6(2): 151-162.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Entaresmen, R. Ajeng. 2016. *Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 4(1): 55-78.
- Hasanah, Hasyim. 2016. *Teknik-Teknik Observasi*. *Jurnal At-Taqaddum*. 8(1): 21-46.
- Hasil wawancara dengan Bapak Agung Sulistyo selaku nasabah Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, Februari 2020.
- Hasil wawancara dengan Bapak Ellam Wijaya Danawangsa selaku K.A Unit Pemasaran Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, Januari 2020.
- Hasil wawancara dengan Bapak Gayuh Angkoso selaku K.A Unit Pelayanan Bank Jateng KCPS Semarang Barat, Februari 2020.

Hasil wawancara dengan Bapak Tri Atmo Suseno selaku Admin Pembiayaan Bank
Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, Februari 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Khofiyyannisa selaku Analisis Pembiayaan Bank
Jateng Syariah KCPS Semarang Barat, Januari 2020.

Hasil wawancara dengan Ibu Sukismiati selaku kasi SDM & Umum dan
Pembimbing di Bank Jateng Kantor Cabang Syariah Semarang, Maret
2020.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Karim, Adiwarman A. 2006. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta:
RajaGrafindo Persada.

Kasmir. 2018. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Lovelock, C dan K. Wright. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT
Indeks Gramedia Group.

Machfoedz, Mas'ud. 2004. *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan
Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.

Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank
Syariah*. Medan: FEBI UIN-SU Press.

Perdana, Anugrah, Abdul Hamid, dan Arqam. 2019. *Implementasi Marketing Mix
dalam Tabungan Barata iB Bank BTN Syariah KCPS Parepare*. Jurnal
Banco. 1: 93-115.

Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. 17(33): 81-95.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
Yogyakarta: Graha Ilmu.


Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba
Empat.

Umar, Husein. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Widodo, Slamet. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik. 4(1): 84-90.
- Wijaya, Evelyn, dan Puspa Marantika Ariyanti. 2018. *Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT. Bank Mayapada International, Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru*. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING). 1(2): 283-296.
- Wiroso. 2011. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.

LAMPIRAN

1. Daftar Angsuran iB Multiguna/iB Modal Kerja Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat

 DAFTAR ANGSURAN iB MULTIGUNA / iB MODAL KERJA (INDIVIDU UMUM)					
BANK JATENG SYARIAH CABANG PEMBANTU SEMARANG BARAT					
PLAFON	JANGKA WAKTU (BULAN)				
	12	24	36	48	60
10.000.000	899.236	476.452	336.025	266.393	224.929
15.000.000	1.348.854	714.678	504.038	399.589	337.393
20.000.000	1.798.472	952.904	672.050	532.786	449.857
25.000.000	2.248.091	1.191.131	840.063	665.982	562.321
30.000.000	2.697.709	1.429.357	1.008.075	799.178	674.786
35.000.000	3.147.327	1.667.583	1.176.088	932.375	787.250
40.000.000	3.596.945	1.905.809	1.344.100	1.065.571	899.714
45.000.000	4.046.563	2.144.035	1.512.113	1.198.767	1.012.178
50.000.000	4.496.181	2.382.261	1.680.125	1.331.964	1.124.643
55.000.000	4.945.799	2.620.487	1.848.138	1.465.160	1.237.107
60.000.000	5.395.417	2.858.713	2.016.151	1.598.357	1.349.571
65.000.000	5.845.036	3.096.940	2.184.163	1.731.553	1.462.035
70.000.000	6.294.654	3.335.166	2.352.176	1.864.749	1.574.500
75.000.000	6.744.272	3.573.392	2.520.188	1.997.946	1.686.964
80.000.000	7.193.890	3.811.618	2.688.201	2.131.142	1.799.428
85.000.000	7.643.508	4.049.844	2.856.213	2.264.339	1.911.892
90.000.000	8.093.126	4.288.070	3.024.226	2.397.535	2.024.357
95.000.000	8.542.744	4.526.296	3.192.238	2.530.731	2.136.821
100.000.000	8.992.362	4.764.522	3.360.251	2.663.928	2.249.285
105.000.000	9.441.981	5.002.748	3.528.263	2.797.124	2.361.749
110.000.000	9.891.599	5.240.975	3.696.276	2.930.320	2.474.214
115.000.000	10.341.217	5.479.201	3.864.289	3.063.517	2.586.678
120.000.000	10.790.835	5.717.427	4.032.301	3.196.713	2.699.142
125.000.000	11.240.453	5.955.653	4.200.314	3.329.910	2.811.607
130.000.000	11.690.071	6.193.879	4.368.326	3.463.106	2.924.071
135.000.000	12.139.689	6.432.105	4.536.339	3.596.302	3.036.535

Syarat Umum

- Foto 4 X 6 Suami Istri
- Copy KTP Suami istri pemohon
- Copy KK Terbaru dan Surat Nikah
- Copy NPWP >100 JT

WIRASWASTA

- SIUP, TDP, NPWP, Akte Pendirian
- Lap Pndpt/Nrc 2 Tahun terakhir dan Bln Terakhir
- Nota-2 Pembelian Penjualan 3 Bln Terakhir
- Max Angsuran/Bulan 50% dari laba perbulan
- Max Jangka Waktu 5 Tahun
- Copy Sertifikat Obyek Jaminan
- Copy KTP, KK & Surat Nikah Pemilik Obyek
- Copy Rekening Tabungan 3 Bln Terakhir
- Copy Rekening PAM dan Listrik
- Copy IMB dan PBB Terakhir



Ket Lebih Lanjut Hubungi Kantor Kami di 024-76632556 atau Sdr. Ellam Wijaya (08812406141)

2. Brosur Promo Akhir Tahun



PROMO
AKHIR TAHUN
iB Multiguna & iB Griya

SETARA **11%** PROMO
ER ANUITAS SPECIAL
MARGIN


BIAYA RENOVASI


PEMBELIAN KENDARAAN


PEMBELIAN RUMAH

Ketentuan :

- Untuk Pegawai Instansi yang MOU dengan Bank Jateng Syariah *
- Tanpa potongan Provisi
- Angsuran tetap sampai lunas
- Promo Berlaku Oktober s/d Desember 2019

*syarat & ketentuan berlaku

Hubungi Jaringan Bank Jateng Syariah Terdekat :

► Bank Jateng KCPS Semarang Barat :
Jl. Prof. Dr. Hamka 100 E Ngaliyan Semarang
Telp. (024) 76632556, 76632557
Fax. (024) 7620915

Cp. - Elan Wijaya 080 1240 6141
- Medina Puri 089 7523 7532
- Nisa. 081 1279 7252


Bank Jateng
SYARIAH

Bank Jateng Call Center
14066
www.bankjateng.co.id

Hidup Berkah Sesuai Syariah
Terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

1. Nama : Dila Apriliani
2. NIM : 1705015039
3. Tempat, tanggal lahir : Semarang, 24 April 1998
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Status : Belum Menikah
6. Agama : Islam
7. Alamat : Jalan Srinindito Timur II RT06/RW03
Kel. Ngemplak Simongan, Kec. Semarang
Barat, Kota Semarang
8. No. HP : 087832212404

Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN Ngemplak Simongan 03
2. SMP : SMPN 1 Semarang
3. SMA : SMAN 6 Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 29 Mei 2020

Penulis,

Dila Apriliani